

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 11-219481

(43)Date of publication of application : 10.08.1999

(51)Int.Cl. G07G 1/12
G07G 1/12
G06F 17/60
G07G 1/06
G09F 3/00
// B67D 5/24

(21)Application number : 10-221404

(71)Applicant : NRI & NCC CO LTD

(22)Date of filing : 05.08.1998

(72)Inventor : TORIYAMA MASAHIRO

SASAGAWA MASAYUKI

(30)Priority

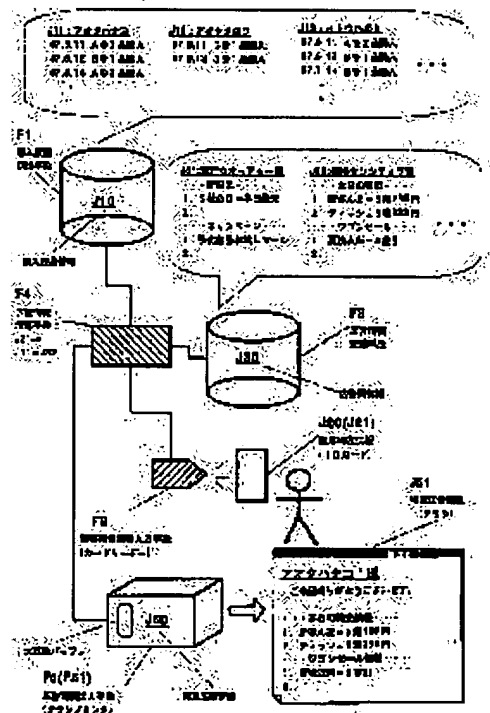
Priority number : 09327727 Priority date : 28.11.1997 Priority country : JP

(54) INDIVIDUAL ADVERTISEMENT OUTPUT DEVICE, ITS METHOD, AND RECORDING MEDIUM

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To provide an individual advertisement output means for outputting an advertisement and a discount matching with each individual customer.

SOLUTION: The individual advertisement output device is provided with an advertisement information storing means F3 for storing advertisement information J30 corresponding to purchase history information J10 related to the purchase history of each individual customer, a customer's specific information input means F2 for receiving customer identification information J20 for identifying a customer visiting a store, an advertisement information operating means F4 for accessing the advertisement information J30 corresponding to the information J20, and an advertisement output means F5 such as a flier



printer for outputting the information J30.

*** NOTICES ***

JPO and INPIT are not responsible for any damages caused by the use of this translation.

- 1.This document has been translated by computer. So the translation may not reflect the original precisely.
- 2.**** shows the word which can not be translated.
- 3.In the drawings, any words are not translated.

CLAIMS

[Claim(s)]

[Claim 1]An individual advertising output unit characterized by comprising the following for providing an advertisement corresponding to each customer to a customer who did the ON store to a store.

An advertisement information storage means which has memorized information for an advertisement corresponding to purchase history information about each customer's purchase history.

A customer specific information input means which inputs customer specific information for specifying a customer who did the ON store as a store.

An advertisement information calculating means which calls information for an advertisement corresponding to the customer specific information.

An advertising output means which outputs information for an advertisement.

[Claim 2]Use an advertising output means as a printer outputted to a sheet medium, and information for an advertisement an advertisement information calculating means, The individual advertising output unit according to claim 1 to which it was presupposed that information for an advertisement which should be outputted is chosen so that a priority may be determined from two or more information for an advertisement in an advertisement information storage means, and purchase history information and it may be restored to a sheet medium.

[Claim 3]The individual advertising output unit according to claim 2 to which it was presupposed that a paper medium displays information for an advertisement corresponding to division numbers on an advertisement region divided into a part for the two or more division, and an advertisement information calculating means chooses information for an advertisement corresponding to the division numbers concerned.

[Claim 4]claim 1 and claim 2 characterized by comprising the following, or claim 3 -- an

individual advertising output unit given in either.

A customer possession card a customer specific information input means is recording customer specific information for specifying a customer, and I get a customer to own.

A card reader which can read customer specific information recorded on the customer possession card.

An auxiliary inputting means for a salesclerk of a store to input customer supplementary information about a customer.

[Claim 5]The individual advertising output unit according to claim 4 formed so that the card reader could read customer specific information recorded on a new customer card, while an auxiliary inputting means was provided with a new customer card which recorded customer specific information of a purport that he is a customer in whom purchase history information is not accumulated.

[Claim 6]The individual advertising output unit according to claim 4 formed so that customer specific information which has forgotten a card reader and was recorded on a card corresponding to a visitor could be read, while an auxiliary inputting means forgot to have recorded customer specific information of a purport that he is the customer who forgets and did the store of the customer possession card and having a card corresponding to a visitor.

[Claim 7]The individual advertising output unit according to any one of claims 1 to 6 to which it was presupposed that an advertising output means does not output information for an advertisement when customer specific information which a card reader read was the same as customer specific information read last time in predetermined time.

[Claim 8]The individual advertising output unit according to claim 5 which made information for an advertisement which an advertisement information calculating means calls information only for a new customer when a card reader read customer specific information recorded on a new customer card.

[Claim 9]The individual advertising output unit according to claim 6 which made information for an advertisement which an advertisement information calculating means calls information only for a card failure customer when customer specific information which a card reader has forgotten and was recorded on a card corresponding to a visitor was read.

[Claim 10]The individual advertising output unit according to any one of claims 1 to 9 formed so that an advertisement information calculating means might change information for an advertisement by inputting the present information.

[Claim 11]The individual advertising output unit according to claim 10 it was made to change information for an advertisement to output when it had been grasped that the customer same within a prescribed period did the reincarnation store of the advertisement information calculating means via the present information and a customer specific information input

means.

[Claim 12]The individual advertising output unit according to claim 10 which made the present information time to stocking stock status and next time.

[Claim 13]The individual advertising output unit according to any one of claims 1 to 12 formed so that an advertisement information calculating means might change information for an advertisement by inputting future information.

[Claim 14]The individual advertising output unit according to any one of claims 1 to 13 which a store was provided with two or more small scale shops into it, and equipped 1 or plurality of the small scale shop with a small-scale advertising output means which outputs information for an advertisement about goods of the small scale shop concerned.

[Claim 15]The individual advertising output unit comprising according to any one of claims 1 to 14:

A refusal information input means which inputs receipt refusal information when a customer who did the ON store of the information for an advertisement does not receive.

A refusal information storage means which memorizes the receipt refusal information.

[Claim 16]The individual advertising output unit according to claim 15 to which it was presupposed that advertisement information for refusal visitors for a customer who did not receive an advertisement is memorized in an advertisement information storage means, an advertisement information calculating means makes receipt refusal information and customer specific information correspond, and advertisement information for refusal customers is called.

[Claim 17]The individual advertising output unit according to claim 15 to which it was presupposed that an advertisement information calculating means makes receipt refusal information and customer specific information correspond, and an advertising output means does not output information for an advertisement.

[Claim 18]The individual advertising output unit according to any one of claims 1 to 14 to which it was presupposed that it has a purchase information input calculating means for paying goods which a customer purchases, and the purchase information input calculating means adds information on a paid purchasing commodity to each customer's purchase history information.

[Claim 19]The individual advertising output unit according to claim 18 formed so that balancing account according to conditions of separate advertisement information could be performed, when goods to pay judged whether they are advertised object goods contained in separate advertisement information and the purchase information input calculating means was [goods] advertised object goods.

[Claim 20]The individual advertising output unit comprising according to any one of claims 1 to 19:

An ON store time input means which inputs ON store time when a customer went into a store.
A leaving-the-store time input means as which a customer inputs leaving-the-store time which comes out from a store.

A residence-time calculating means which calculates residence-time information from ON store time and leaving-the-store time.

A residence-time memory measure which memorizes residence-time information.

[Claim 21]The individual advertising output unit comprising according to any one of claims 1 to 20:

A leaving-the-store information input means which checks a customer's leaving-the-store information.

A future information output means which outputs takeout advertisement information in response to an input of the leaving-the-store information.

[Claim 22]The individual advertising output unit according to claim 21 making takeout advertisement information into separate advertisement information based on each customer's characteristic.

[Claim 23]The individual advertising output unit according to any one of claims 1 to 22, wherein an advertisement information output means is the combination of an information sender by an electric wave, and a receiving set.

[Claim 24]The individual advertising output unit according to any one of claims 1 to 23 to which it was presupposed that a layout of a store is displayed on information for an advertisement.

[Claim 25]The individual advertising output unit according to claim 1 to 24 to which it was presupposed that a questionnaire portion is displayed on information for an advertisement.

[Claim 26]The individual advertising output unit according to any one of claims 1 to 25 to which it was presupposed that a coupon is displayed on a part of information for an advertisement.

[Claim 27]The individual advertising output unit comprising according to any one of claims 1 to 26:

Space which provides goods or service for space in a store.

Inspection space for perusing information for an advertisement between setting positions of a customer specific information input means.

[Claim 28]An individual advertising output unit characterized by comprising the following for providing an advertisement which recorded much purchase history information of a customer who did some shopping at a branch office of 1 on the past in headquarters of a branch office, and fitted it for every customer from the purchase history information.

A purchase history storage means which has memorized purchase history information about

each customer's purchase history information.

An advertisement information storage means which memorizes individual information for an advertisement prepared for every customer as an advertisement corresponding to a customer's purchase history information.

A customer specific information input means which inputs customer specific information for specifying a customer who did the ON store as a branch office store of 1.

An advertisement information calculating means which calls information for an advertisement corresponding to the customer specific information, and an advertising output means which outputs information for an advertisement at the branch office store concerned of 1.

[Claim 29]The individual advertising output unit comprising according to claim 28:

A branch office customer possession card a customer specific information input means is recording customer specific information for specifying that he is a customer of a branch office of 1, and I get a customer to own.

A card reader which can read customer specific information recorded on the branch office customer possession card.

An auxiliary inputting means for a salesclerk of a store to input customer supplementary information about a customer.

[Claim 30]While an auxiliary inputting means is provided with a new customer card which recorded customer specific information of a purport that he is a customer in whom purchase history information is not accumulated, a card reader, The individual advertising output unit according to claim 29 forming so that customer specific information recorded on a new customer card can be read.

[Claim 31]While an auxiliary inputting means forgot to have recorded customer specific information of a purport that he is the customer who forgets and did the store of the customer possession card and is provided with a card corresponding to a visitor, a card reader, The individual advertising output unit according to claim 29 forming so that customer specific information which has forgotten and was recorded on a card corresponding to a visitor can be read.

[Claim 32]Claim 29 to which it was presupposed that an advertising output means does not output information for an advertisement when customer specific information which a card reader read was the same as customer specific information read last time in predetermined time, the individual advertising output unit according to claim 30 or 31.

[Claim 33]The individual advertising output unit according to claim 29 making into information only for a new customer information for an advertisement which an advertisement information calculating means calls when a card reader reads customer specific information recorded on a

new customer card.

[Claim 34]The individual advertising output unit according to claim 31 making into information only for a card failure customer information for an advertisement which an advertisement information calculating means calls when customer specific information which a card reader has forgotten and was recorded on a card corresponding to a visitor is read.

[Claim 35]The individual advertising output unit according to any one of claims 28 to 34 establishing an advertisement information storage means for every branch office.

[Claim 36]An individual advertising output method characterized by comprising the following for providing an advertisement corresponding to each customer to a customer who did the ON store to a store.

An advertisement information memory procedure of memorizing beforehand information for an advertisement corresponding to purchase history information about each customer's purchase history.

A customer specific information input procedure of inputting customer specific information for specifying a customer who did the ON store as a store.

An advertisement information operation procedure of calling information for an advertisement using the customer specific information.

An advertising output procedure which outputs information for an advertisement.

[Claim 37]It is the medium which recorded on a computer a program to which an individual advertising output for providing an advertisement corresponding to each customer to a customer who did the ON store to a store is made to carry out, An advertisement information memory procedure in which information for an advertisement corresponding to purchase history information about each customer's purchase history is memorized, A customer specific information input procedure of inputting customer specific information for specifying a customer who did the ON store as a store, A recording medium which recorded a program for making a computer perform an advertisement information operation procedure of calling information for an advertisement using the customer specific information, and an advertising output procedure which outputs information for an advertisement and in which computer reading is possible.

[Translation done.]

* NOTICES *

JP0 and INPIT are not responsible for any damages caused by the use of this translation.

- 1.This document has been translated by computer. So the translation may not reflect the original precisely.
- 2.**** shows the word which can not be translated.
- 3.In the drawings, any words are not translated.

DETAILED DESCRIPTION

[Detailed Description of the Invention]

[0001]

[The technical field to which an invention belongs] This invention relates to the device about the individual advertisement for performing an advertisement suitable for each customer, a method, etc.

[0002]

[Description of the Prior Art](Mere throwaway) As goods and a means of sales promotion of service, the means of an advertisement has been used widely from ancient times. Especially, since the mass media is not used, expense ends comparatively at a low price, and throwaways (flyer) distributed in front of a store and in a store can be performed also at a small store without capital strength.

[0003]These days, in order to heighten the effect of a throwaway, a customer is subdivided and distributing a throwaway and a coupon only to the customer who becomes a target has been performed from the former. For example, it is distributing only to the visitor who distributes only to the visitor who distributes only to a young woman, and who purchased the specific article and who came to the specific counter etc.

[0004](Direct mail) the medium for advertising of the data of a customer's name, an address, etc. coming to hand, and taking out direct mail targeting an effect higher than what is called an "inserted advertisement" inserted into the newspaper delivered has also been performed. In recent years, there is also a technique of sending direct mail only to the customer who has the purchase experience of a specific article based on the personal data and data on shoppers' browsing and buying habits data based on a credit card.

[0005](Individual correspondence by a salesclerk) The service which performs carrying out correspondence doubled with the customer's needs also has the salesclerk who memorized the customer's face and needs.

[0006](Marketing definition of term) The word promotion (promotion) is usually classified into sales promotion (sales promotion) and an advertisement in the field of marketing. With promotion conditions, there are 4 of the conditions (targeting conditions) in connection with a target, the conditions in connection with timing, the conditions in connection with a stimulus level, and the conditions in connection with the/controlled object for an experiment conditions.

[0007]

[Problem(s) to be Solved by the Invention]A customer individual's needs cannot be satisfied in a mere throwaway. Even if it tries subdivision of the customer who should distribute a throwaway, distribution based on personal data or data on shoppers' browsing and buying habits data is not performed.

[0008]On the other hand, since it is opened at the mailed point, it has a physical distance, and direct mail requires time and effort and cost, and also is mentally far from buyer behavior.

[0009]If it results in the individual correspondence by a salesclerk, it is thoroughly dependent on an individual called a salesclerk, and mechanization is impossible.

[0010]There is the issue which this invention should solve in providing the art of the individual advertisement for performing an advertisement suitable for each customer.

[0011]Here, the purpose of the invention according to claim 1 to 35 is to provide the individual advertising device for performing an advertisement suitable for each customer.

[0012]The purpose of the invention according to claim 36 is to provide the individual advertising method for performing an advertisement suitable for each customer.

[0013]The purpose of the invention according to claim 37 is to provide the program recording medium for making a computer execute the individual advertisement program for performing an advertisement suitable for each customer.

[0014]

[Means for Solving the Problem This invention is for attaining the above-mentioned purpose.

(Claim 1) Individual advertising output unit of this invention for providing an advertisement corresponding to each customer to a customer who did the ON store to a store is characterized by that the invention according to claim 1 comprises the following.

An advertisement information storage means which has memorized information for an advertisement (J30) corresponding to purchase history information (J10) about each customer's purchase history (F3).

A customer specific information input means which inputs customer specific information (J2) for specifying a customer who did the ON store as a store (F2).

An advertisement information calculating means which calls information for an advertisement (J30) using the customer specific information (J2) (F4).

An advertising output means which outputs information for an advertisement (J30) (F5).

[0015](Term explanation) A store is space or the system which can provide goods or service. A mall town which put in a row two or more specialty stores besides a store of 1 and a store which treats many goods of a seed and services like a department store or a supermarket at a store of 1 shall also be included at a store said here. It is not asked whether it is a stand-alone store or it is a chain store. It is a store which usually closes physical space. Goods other than service and service can be purchased depending on a kind of store. For example, if a store is a gas station, service called goods called gasoline and a car wash can be purchased.

[0016]"Purchase history information (J1) is record of what a customer purchased in the past. Usually, it becomes the purchased information, including a name of article, the number, a price, time, etc. What is called POS information is connected to a specific customer's information (customer specific information = ID).

[0017]"Customer specific information (J2) is information for coinciding purchase history information (J1) of a customer and its customer. Usually, it is the information recorded by magnetism, a bar code, etc., and inputs into an ID card (J21) I get the customer concerned to own by a customer specific information input means (card reader F2). However, a number plate etc. of not a thing restricted to an ID card but a telephone number and a car may be sufficient. There are a reader etc. which read combination with a sensor which detects that a noncontact card and its card besides combination of the ID card and its card reader exist in the neighborhood, and a number and a number plate of a car. A card reader may be prepared for a register. In the case of the finance business, such as a bank, an ATM card may be sufficient as a store.

[0018]"Information for an advertisement corresponding to a customer's purchase history (J30) is information which was analyzed based on purchase history information (J1), was customized for each customers, and was prepared beforehand. When grouping of the customer is carried out with purchase history data, it is an advertisement corresponding to the group. When a certain customer belongs ranging over some groups, it may be made to be outputted in combination in an advertising output means (F5).

[0019]Here, information for an advertisement (J30) is information for introduction of a new product, and sales increase, etc., for example. They are specifically guidance of sales items or discount goods, guidance of an inside-of-a-shop event, etc. Since it is the information doubled with each customer, even if it is the information which two customers received simultaneously, the information content usually differs. It can advertise discounting and carrying out a specific article only to a certain customer, or a recipe can also be provided, and Rebun of a purport that I had advertised object goods bought at the time of the last shopping can also be published.

[0020]Negative information (for example, wish of recovery when goods purchased at the time of the last shopping are troubled goods) etc. are widely included in information for an advertisement (J30).

[0021]"An advertising output means (F5)" is an output means changed into the state where a customer who did the ON store can know separate advertisement information. The most general means is a printer which prints to a paper medium as what is called a "throwaway." Although information for an advertisement (J30) may be outputted as it is, it is good also as outputting, after processing it to specific advertisement information for an output (J50) by combining customer specific information (J20) and information for an advertisement (J30).

[0022]When reading an ID card in a register at the time of balancing account which finishes shopping, a means to print information for an advertisement (J30) on a receipt or another paper shall also be contained in a concept of this "an advertising output means (F5)."

[0023]When using a cash dispenser as an advertising output means, it is good also as outputting an advertisement to the screen display.

[0024]The advertising output means can also output two or more kinds of information for an advertisement regularly or in irregular. Here, a regular output is outputting the four kinds one by one or outputting [blindness in one eye] the fourth for the second and the third cyclically like 1 time twice 3 times, supposing there are four kinds of information for an advertisement, for example. An un-regular" output is outputting, for example by automatic assignment at random.

[0025](OPERATION) Those who did the ON store to a store in which an individual advertising output unit concerning the invention in this application is installed first input and register customer specific information (J2) for specifying oneself to a store, and become a customer. Customer specific information (J2) is inputted into a store via a customer specific information input means (F2) by customer who did the ON store. And if offer of shopping or service is received, the information will be coincided with customer specific information (J2), will turn into purchase history information (J10), and will be accumulated at a store.

[0026]A customer who did the ON store to a store again does an ON store, after inputting customer specific information (J2). Then, customer specific information (J2) for a customer specific information input means (F2) to specify a customer is inputted. Then, an advertisement information calculating means (F4) calls information for an advertisement (J30) corresponding to the customer specific information (J2), and an advertising output means (F5) outputs the information for an advertisement (J30).

[0027]Thus, the customer can receive an advertisement based on his purchase history information (J10).

[0028](Claim 2) The invention according to claim 2 limits the individual advertising output unit according to claim 1, and an advertising output means (F5), Use information for an advertisement (J30) as a printer (F51) outputted to a sheet medium (J51), and an advertisement information calculating means (F4), A priority is determined from two or more information for an advertisement (J30) in an advertisement information storage means (F3),

and purchase history information (J10), and an individual advertising output unit to which it was presupposed that information for an advertisement (J30) which should be outputted is chosen is started so that it may be restored to a sheet medium (J51).

[0029](Term explanation) A sheet medium (J51) is a paper of the A4 version, for example. It is good also as double-side printing. In order to incorporate a pattern, a photograph besides a character, etc., it is considered as a HTML method now.

[0030]When there are a pattern and a text which had been decided beforehand, it prints a priori and time to print-out is saved.

[0031](OPERATION) An advertisement information calculating means (F4) determines a priority from two or more information for an advertisement (J30) in an advertisement information storage means (F3), and purchase history information (J10), and it chooses information for an advertisement (J30) which should be outputted so that it may be restored to a sheet medium (J51). And it prints with a printer (F51). (Claim 3) The invention according to claim 3 limits the individual advertising output unit according to claim 2, and a paper medium (J51), Displaying information for an advertisement corresponding to division numbers (J30) on an advertisement region divided into a part for the two or more division, an advertisement information calculating means (F4) starts an individual advertising output unit to which it was presupposed that information for an advertisement corresponding to the division numbers concerned (J30) is chosen.

[0032](Term explanation) It is classification two or more considers it, for example as two every direction and a total of four classification, and it displays a separate advertising content on four classification, respectively. For example, introduction of goods, the contents (what is called an experiment system) of information (what is called an information system) and campaign, etc. are arranged and chosen. Usually, one is taken as an advertisement of an information system at least. (OPERATION) Since an advertisement information calculating means (F4) chooses information for an advertisement corresponding to the division numbers concerned (J30), it will become legible. Unlike a case where a completely free layout is constructed and outputted, a burden to a memory or CPU is small.

[0033](Claim 4) The invention according to claim 4 limits claim 1 and the individual advertising output unit according to claim 2 or 3, and a customer specific information input means, A customer possession card (for example, ID card J21) is recording customer specific information (J2) for specifying a customer, and I get a customer to own, An individual advertising output unit provided with a card reader (F2) which can read customer specific information (J2) recorded on the customer possession card (J21), and an auxiliary inputting means for a salesclerk of a store to input customer supplementary information about a customer is started.

[0034](Term explanation) Auxiliary inputting means is combination of a ten key, a keyboard,

a touch panel, and a touch pen and a touch panel, a speech input system, etc.

[0035](OPERATION) According to a customer possession card and its card reader, a burden of a salesclerk of a store is small and can also ensure a customer's specification. It is also possible to treat like a time of specifying a customer and bringing a card by finding out about a date of birth etc. of a customer who has forgotten a card, and inputting using an auxiliary input device.

[0036](Claim 5) The invention according to claim 5 limits the individual advertising output unit according to claim 4, and an auxiliary inputting means, While having a new customer card which recorded customer specific information of a purport that he is a customer (new customer) in whom purchase history information (J1) is not accumulated, a card reader (F2) is applied to an individual advertising output unit formed so that customer specific information recorded on a new customer card could be read.

[0037](OPERATION) The salesclerk of a store should just make customer specific information recorded on a new customer card by card reader read, and even if he is a new customer, he can treat like the usual customer.

[0038](Claim 6) The invention according to claim 6 limits the individual advertising output unit according to claim 4, and an auxiliary inputting means, While having forgotten to record customer specific information of a purport that he is the customer who forgets and did the store of the customer possession card and having a card corresponding to a visitor, a card reader is applied to an individual advertising output unit formed so that customer specific information which has forgotten and was recorded on a card corresponding to a visitor could be read.

[0039](OPERATION) The salesclerk of a store should just make customer specific information which has left in a card reader and was recorded on a card corresponding to a visitor read, and even if he is a card failure customer, he can treat like the usual customer.

[0040](Claim 7) The invention according to claim 7 limits the individual advertising output unit according to claim 1 to 6, When customer specific information (J2) which a customer specific information input means (F2) read is the same as customer specific information (J21) read last time in predetermined time, an individual advertising output unit to which it was presupposed that an advertising output means (F5) does not output information for an advertisement (J30) is started.

[0041](Term explanation) Short time to the extent that the same card is made to usually continue and read is assumed to be inside of predetermined time.

[0042](OPERATION) An advertising output means can be prevented from printing much same information for an advertisement. Thereby, when a discount ticket is attached, for example to information for an advertisement (J30), it can prevent that many discount tickets come to hand unfairly.

[0043](Claim 8) The invention according to claim 8 limits the individual advertising output unit

according to claim 5, and when a card reader reads customer specific information recorded on a new customer card, information for an advertisement which an advertisement information calculating means calls starts an individual advertising output unit made into information only for a new customer.

[0044](Term explanation) Although information only for a new customer is uniform information, it is not restricted to one kind, but two or more kinds are prepared and it can also be made to be able to choose at random or to circulate regularly. For example, a greeting "thank you for the admission", general explanation of a store, guidance of a bargain, campaign, etc. are what combined those information.

[0045](OPERATION) An advertisement (for example, advertisement included a greeting "thank you for the admission") which corresponded to a new customer, for example, was prepared for exclusive use to a new customer can be outputted.

[0046](Claim 9) The invention according to claim 9 limits the individual advertising output unit according to claim 6, When customer specific information which a card reader (F2) has forgotten and was recorded on a card corresponding to a visitor was read, information for an advertisement (J30) which an advertisement information calculating means (F4) calls was made into information only for a card failure customer.

[0047](Term explanation) With information only for a card failure customer, when a customer is not able to be specified by an auxiliary inputting means, it is considered as uniform information, and when that is not right, it is considered as combination information on uniform information and information only for the customer concerned.

[0048]Uniform information is not restricted to one kind, but two or more kinds are prepared, and it can choose at random, or it can also be circulated regularly. For example, suppose a nudge of "not forgetting a card in the case of next coming to the store, since the point is not saved" that uniform information is certainly put in.

[0049]it can respond to a card failure customer and an advertisement (for example, -- "-- in the case of next coming to the store, he forgets a card -- there is nothing -- " -- etc. -- an advertisement included cautions) prepared for exclusive use can be outputted.

[0050](Claim 10) The invention according to claim 10 limits the individual advertising output unit according to claim 1 to 9, and an advertisement information calculating means starts an individual advertising output unit formed so that information for an advertisement might be changed by inputting the present information.

[0051](Term explanation) An input means of the present information and a memory measure which once memorizes the present information exist notionally, and an advertisement information calculating means specifies information for an advertisement using customer specific information or the present information.

[0052]The "present information" means here information in the present when a customer's

action may be affected. For example, they are one or those combination, such as the present time, atmospheric temperature, and humidity. [, such as data about the weather, and an exchange rate,

[0053](OPERATION) According to a kind of present information, since an advertisement information calculating means changes information for an advertisement, it can output an advertisement which was varied. For example, when time is around 17:00, it is advertising information on microbrewing arrival of goods for sale information to a customer with many purchase histories of an alcoholic beverage to a customer with many purchase histories of bargain sale food, respectively etc.

[0054](Claim 11) The invention according to claim 11 limits the individual advertising output unit according to claim 10, and an advertisement information calculating means, When it has been grasped via the present information and a customer specific information input means that the customer same within a prescribed period did the reincarnation store, an individual advertising output unit it was made to change information for an advertisement to output is started.

[0055](OPERATION) An advertisement information calculating means changes information for an advertisement to output, when it has been grasped via the present information and a customer specific information input means that the customer same within a prescribed period did the reincarnation store. Therefore, even if it is a frequenter's customer, kinds of advertisement to see differ and it does not get bored.

[0056](Claim 12) The invention according to claim 12 limits the individual advertising output unit according to claim 10, and an individual advertising output unit made into time to stocking stock status and next time costs the present information.

[0057](OPERATION) An advertisement information calculating means changes information for an advertisement which should be outputted by time to stocking stock status and next time. By this, a customer's short-supply feeling can be affected, refrainment from buying can be suppressed, or arrangement of stock can be performed. It contributes to not making resources useless in particular in the case of a fresh article.

[0058](Claim 13) The invention according to claim 13 limits the individual advertising output unit according to claim 1 to 12, and an advertisement information calculating means starts an individual advertising output unit formed so that information for an advertisement might be changed by inputting future information.

[0059](Term explanation) An input means of future information and a memory measure which once memorizes future information exist notionally, and an advertisement information calculating means specifies information for an advertisement using customer specific information or future information.

[0060]"Future information" means here information on the near future which may have on a

customer's action. For example, a time limited discount sale in one corner of a local weather report, local event information, and inside of a shop and bread are baked thoroughly, and it is time etc.

[0061](OPERATION) Since an advertisement information calculating means changes information for an advertisement by inputting future information, it is useful for prevention of a customer's failure to buy it. For example, if it is on a day preceding an athletic meet of an area, bread for sandwiches, a dried seaweed for rice balls, etc. are made into information for an advertisement, or if tomorrow's weather is a rain forecast, let introduction of a windshield cleaner of a car be the information for an advertisement.

[0062](Claim 14) The invention according to claim 14 limits the individual advertising output unit according to claim 1 to 13, and a store, An individual advertising output unit which was provided with two or more small scale shops into it, and equipped 1 or plurality of the small scale shop with a small-scale advertising output means which outputs information for an advertisement about goods of the small scale shop concerned is started.

[0063](Term explanation) With a small scale shop, each counter of a specific article in a large-scale store besides each store in a shopping center which consists of two or more stores shall also be included.

[0064](Variation) An advertisement information storage means which has memorized information for an advertisement corresponding to purchase history information about a purchase history in each customer's small scale shop, It may have a customer specific information input means which inputs customer specific information for specifying a customer who did the ON store as the small scale shop, and an advertisement information calculating means which calls information for an advertisement corresponding to the customer specific information.

[0065](OPERATION) For example, information peculiar to a small scale shop can be disseminated to a regular customer of the small scale shop concerned.

[0066](Claim 15) A refusal information input means which inputs receipt refusal information when a customer who the invention according to claim 15 limited the individual advertising output unit according to claim 1 to 14, and did the ON store of the information for an advertisement does not receive, An individual advertising output unit provided with a refusal information storage means which memorizes the receipt refusal information is started.

[0067](OPERATION) When a customer to whom a refusal information input means carried out the ON store of the information for an advertisement does not receive, receipt refusal information is inputted. And since a refusal information storage means memorizes, the receipt refusal information can be used as data at the time of elaborating on the following marketing and an advertising strategy.

[0068](Claim 16) The invention according to claim 16 limits the individual advertising output

unit according to claim 15, and to an advertisement information storage means. Memorizing advertisement information for refusal visitors for a customer who did not receive an advertisement, an advertisement information calculating means makes receipt refusal information and customer specific information correspond, and starts an individual advertising output unit to which it was presupposed that advertisement information for refusal customers is called.

[0069](Term explanation) advertisement information for refusal customers -- for example -- "-- when an advertisement is unnecessary in the future, please give me the following procedure. It is the throwaway which printed the informative matter ..."

[0070](OPERATION) Since an advertisement information storage means has memorized advertisement information for refusal visitors when a customer who did not receive an advertisement does a reincarnation store, an advertisement information calculating means makes receipt refusal information and customer specific information correspond, advertisement information for refusal customers is called, and an advertising output means outputs the advertisement information for refusal customers.

[0071](Claim 17) The invention according to claim 17 limits the individual advertising output unit according to claim 15, an advertisement information calculating means makes receipt refusal information and customer specific information correspond, and an advertising output means starts an individual advertising output unit to which it was presupposed that information for an advertisement is not outputted.

[0072](OPERATION) When a customer who did not receive an advertisement does a reincarnation store, information for an advertisement is not outputted to the customer.

[0073](Claim 18) The invention according to claim 18 limits the individual advertising output unit according to claim 1 to 14, Having a purchase information input calculating means (F6) for paying goods which a customer purchases, the purchase information input calculating means (F6) starts an individual advertising output unit to which it was presupposed that information on a paid purchasing commodity is added to each customer's purchase history information (J2).

[0074](Term explanation) Information for specifying a kind of goods, a price, etc. as electronic intelligence is given to goods. For example, it is a bar code. A purchase information input calculating means (F6)" is a means which can input information about the above-mentioned "goods." It is the register which prepared a bar code reader for a case where a bar code is given to goods.

[0075](OPERATION) It will be added automatically and each customer's purchase history information will be memorized, if balancing account of a purchasing commodity is completed.

[0076](Claim 19) The invention according to claim 19 limits the individual advertising output unit according to claim 18, and a purchase information input calculating means (F6), It judges whether they are advertised object goods (G1) in which goods to pay are contained in

separate advertisement information (J30), and in being advertised object goods (G1), it starts an individual advertising output unit formed so that balancing account according to conditions of separate advertisement information (J30) could be performed.

[0077](Term explanation) In an individual advertising output unit concerning the invention in this application, since it memorizes in a device, what kind of information for an advertisement (J30) was outputted to each customer should just connect information for an advertisement (J30) and a purchase information input calculating means (F6) which were outputted.

[0078](OPERATION) After a customer inputs customer specific information (J20), he does some shopping by receiving information for an advertisement (J30), or receives offer of service. In balancing account of offer of the shopping or service, a purchase information input calculating means (F6), It judges whether they are advertised object goods (G1) in which goods to purchase are contained in separate advertisement information (J30), and in being advertised object goods (G1), it performs balancing account according to conditions of separate advertisement information (J30).

[0079]Then, for a customer, feelings that information for an advertisement (J30) was able to be used effectively -- discount according to purchase is made -- remain. For the store side, complicatedness at the time of balancing account is reduced. (Claim 20) claim 20 written this invention is characterized by it having been alike and comprising the following.

An ON store time input means which inputs ON store time (ON store hour entry J7) which limited the individual advertising output unit according to claim 1 to 19, and when a customer went into a store.

A leaving-the-store time input means as which a customer inputs leaving-the-store time (leaving-the-store hour entry J8) which comes out from a store (F7).

A residence-time calculating means which calculates residence-time information (J9) from ON store time (J7) and leaving-the-store time (J8) (F8).

A residence-time memory measure which memorizes residence-time information (J9).

[0080](Term explanation) An ON store time input means is time to begin to receive shopping or service provision. It serves with a customer specific information input means (F2) in many cases. With which time it is considered as "ON store time" has the difference in some by a store. For example, it is time, use start time of a motor pool of a store, etc. which passed through an entrance of a store.

[0081]A "residence-time memory measure" is a database which records residence time. Usually, it serves with a purchase history storage means (F1) in many cases.

[0082](OPERATION) If a customer does an ON store, ON store time will be recorded by ON store time input means, and if a customer leaves the store, leaving-the-store time will be recorded by leaving-the-store time input means. And a residence-time calculating means (F8)

calculates residence-time information (J9) by subtracting ON store time from the leaving-the-store time. The residence-time information (J9) is recorded on a residence-time memory measure.

[0083]A visitor with long residence time is a shopping lover in general, and there is correlation in residence time and a purchase amount. therefore, residence-time information memorized by residence-time memory measure -- the next -- it becomes elaborating on marketing and an advertising strategy with useful information.

(Claim 21) A leaving-the-store information input means which the invention according to claim 21 limits the individual advertising output unit according to claim 1 to 20, and checks a customer's leaving-the-store information, An individual advertising output unit provided with a future information output means (F9) which outputs takeout advertisement information in response to an input of the leaving-the-store information is started.

[0084](Term explanation) Leaving-the-store information" is information on a purport that a customer comes out from a store. For example, in the case of information on a purport that finished shopping and service provision and balancing account was ended, it is good also as information on a purport that a purchase information input calculating means (F6) checked an end of balancing account.

[0085]"Takeout advertisement information" is information for urging the next coming to the store. In this claim, a case where it is information common to all the customers is included. If takeout advertisement information is indicated to a paper medium, it will be a takeout throwaway (J53) and will become a throwaway printer (F91) in that case future information output means (F9)."

[0086](OPERATION) A leaving-the-store information input means checks that a customer leaves the store. and -- a future information output means (F9) which received an input of the leaving-the-store information brings home -- business -- advertisement information is outputted. The customer can receive information on later in the store concerned. On the other hand, as a store side, the next coming to the store of the customer concerned can be urged. (Claim 22) The invention according to claim 22 is an individual advertising output unit making takeout advertisement information in claim 21 into separate advertisement information based on each customer's characteristic.

[0087](Term explanation) Separate advertisement information is information which it was analyzed based on purchase history information (J1) , and was customized for each customers. For example, it can also output in consideration of purchase history information in front of leaving the store. That is, when goods are purchased based on information for an advertisement (J30), it is displaying purchased amount as compared with a case it not using with a case the information (J30) being used, and emphasizing an inexpensive feeling etc.

[0088]a future information output means (F9) which received an input of the leaving-the-store

information brings home -- business -- it faces outputting advertisement information and takeout advertisement information customized for concerned customers is passed. The customer can receive information suitable for himself.

(Claim 23) The invention according to claim 6 limits the individual advertising output unit according to claim 1 to 22, and requires an advertisement information output means (F5) for an individual advertising output unit which is the combination of an information sender (F55) by an electric wave, and a receiving set (F56).

[0089](Term explanation) An information sender (F55) and a receiving set (F56) by an electric wave" are a digital wireless communication system, a car-navigation system, etc. which use a sender of FM radio and a receiving set, and PHS (simple cellular phone) as a receiving set, for example.

[0090]An information reception device (F56) has a method which outputs a character to a liquid crystal, methods which output a sound, and also those combination. The former is suitable for a customer hard of hearing, and the latter is suitable for a visually handicapped customer.

[0091](OPERATION) Since an advertisement information output means (F5) is the combination of an information sender (F55) by an electric wave, and a receiving set (F56), a paper medium is unnecessary. Even if it is a case where information for an advertisement (J30) is updated in a customer's shopping, a customer can receive the updated information.

(Claim 24) The invention according to claim 24 limits the individual advertising output unit according to claim 1 to 23, and relates to an individual advertising output unit to which it was presupposed that a layout of a store is displayed on information for an advertisement (J30).

[0092](OPERATION) Since a layout of a store is displayed, it contributes to a customer having arrived to a destination in a store enough early, and moving to it rationally. When a layout in a store is changed, a possibility that the first customer to come to the store after a layout may be puzzled becomes small.

(Claim 25) The invention according to claim 25 limits the individual advertising output unit according to claim 1 to 24, and relates to an individual advertising output unit to which it was presupposed that a questionnaire portion is displayed on information for an advertisement (J30).

[0093](Term explanation) A questionnaire portion is the meaning including a questionnaire about the contents of information for an advertisement (J30) besides being products offered of goods, an inside-of-a-shop layout, a salesclerk's attitude, etc., etc., for example, a size of a character, an advertising layout, etc. It is good also as displaying a history questionnaire portion based on purchase history information.

[0094](OPERATION) A customer's message is collectable if a customer can collect the questionnaires responding to a questionnaire portion displayed on information for an

advertisement (J30). The message can be sold and it can employ in improvement and improvement in service efficiently.

[0095](Claim 26) The invention according to claim 26 limits the individual advertising output unit according to claim 1 to 25, and relates to an individual advertising output unit to which it was presupposed that a coupon is displayed on a part of information for an advertisement.

[0096](Term explanation) With a coupon, there are various gestalten, such as a discount ticket and things (what can be used on that spot, a thing which can be used at the time of next coming to the store, etc.) of a points system which has a privilege when it stores.

[0097]The information for balancing account may be formed so that balancing account which followed coupon conditions by a purchase information input calculating means can be performed. For example, it memorizes what kind of coupon was displayed on each customer, the information may also be directly read at the time of register balancing account, a bar code is printed into a coupon portion, and it may be made to be that a discount is given immediately at the time of balancing account with a POS register. In that case, balancing account is saved labor and accumulation of POS data can also be performed simultaneously.

[0098](OPERATION) Since an effect of sales promotion is easy to accept highly, a coupon is effective as one of the stimuli of an advertisement.

[0099](Claim 27) The invention according to claim 27 limits the individual advertising output unit according to claim 1 to 25, and in space in a store. An individual advertising output unit provided with inspection space (A3) for perusing information for an advertisement (J30) between space (for example, counter space A4) which provides goods or service, and a setting position of a customer specific information input means (F2) is started.

[0100](OPERATION) The customer who received information for an advertisement (J30) can peruse information for an advertisement (J30) in inspection space (A3). Therefore, a customer's flow is not overdue near the entrance of a store.

(Claim 28) The invention according to claim 28 recorded much purchase history information of a customer who did some shopping at a branch office of 1 in headquarters of a branch office in the past, A purchase history storage means which is an individual advertising output unit for providing an advertisement which was suitable for every customer from the purchase history information, and has memorized purchase history information about each customer's purchase history information, An advertisement information storage means which memorizes individual information for an advertisement prepared for every customer as an advertisement corresponding to a customer's purchase history information, An individual advertising output unit provided with a customer specific information input means which inputs customer specific information for specifying a customer who did the ON store as a branch office store of 1, an advertisement information calculating means which calls information for an advertisement corresponding to the customer specific information, and an advertising output means which

outputs information for an advertisement at the branch office store concerned of 1 is started.
[0101](Term explanation) A shopping mall shall be made into a head office and making each store into a branch office shall also be included in a concept of a "branch office" and a "head office."

[0102]About "purchase history information (J10) of a customer who did some shopping in the past at a branch office of 1", it inputs for every branch office. The purchase history information (J10) is sent to headquarters.

(OPERATION) Those who did the ON store to a store in which an individual advertising output unit concerning this claim is installed first input and register customer specific information (J2) for specifying oneself to a store, and become a customer. Customer specific information (J2) is inputted via a customer specific information input means (F2) by customer who did the ON store to a store at the branch office concerned, and if required, it will be sent also to headquarters.

[0103]If offer of shopping or service is received, it will be sent also to headquarters while coinciding the information with customer specific information (J2), turning into purchase history information (J10) and inputting it at the branch office concerned. Therefore, in headquarters, much purchase history information (J10) in a branch office can be collected. And in headquarters, individual information for an advertisement (J30) corresponding to purchase history information (J10) is prepared for every customer based on sent purchase history information (J10), and it memorizes to an advertisement information storage means (F3).

[0104]A customer who did the ON store to a branch office store of 1 again does an ON store, after inputting customer specific information (J2). Then, customer specific information (J2) for a customer specific information input means (F2) to specify a customer is inputted. Then, an advertisement information calculating means calls information for an advertisement (J30) corresponding to the customer specific information (J2), and an advertising output means (F5) outputs the information for an advertisement (J30).

[0105]Thus, the customer can receive an advertisement based on his purchase history information (J10).

[0106](Claim 29) The invention according to claim 29 limits the individual advertising output unit according to claim 28, and a customer specific information input means, A branch office customer possession card is recording customer specific information (J2) for specifying that he is a customer of a branch office of 1, and I get a customer to own, An individual advertising output unit provided with a card reader (F2) which can read customer specific information (J2) recorded on the branch office customer possession card, and an auxiliary inputting means for a salesclerk of a store to input customer supplementary information about a customer is started.

[0107](Term explanation) An auxiliary inputting means is synonymous with an auxiliary input

device said to claim 4. That is, it is a means for inputting information other than customer specific information (J2) recorded on a branch office customer possession card, for example, they are combination of a ten key, a keyboard, a touch panel, and a touch pen and a touch panel, a speech input system, etc. For example, when a customer who owns a branch office customer possession card is a customer of other branch offices, and a salesclerk finds out about the branch name and date of birth orally and inputs it by an auxiliary inputting means, a customer who was not able to specify at the branch office concerned can also be specified.

[0108]others -- a customer can be specified also at a branch office -- a customer -- an individual advertisement can be outputted.

[0109](Claim 30) The invention according to claim 30 limits the individual advertising output unit according to claim 29, and an auxiliary inputting means, While having a new customer card which recorded customer specific information of a purport that he is a customer (for example, a new customer or a new customer in a branch office) in whom purchase history information (J1) is not accumulated, A card reader (F2) is applied to an individual advertising output unit formed so that customer specific information recorded on a new customer card (J22) could be read.

[0110]others -- a customer can be specified also at a branch office -- a customer -- an individual advertisement can be outputted.

[0111](Claim 31) The invention according to claim 31 limits the individual advertising output unit according to claim 29, and an auxiliary inputting means, While having forgotten to record customer specific information of a purport that he is the customer who forgets and did the store of the customer possession card (J21) and having a card (J23) corresponding to a visitor, a card reader (F2), An individual advertising output unit formed so that customer specific information which has forgotten and was recorded on a card (J23) corresponding to a visitor could be read is started.

[0112]a customer can be specified, even if he forgets a card and a customer comes to the store at other branch offices -- a customer -- an individual advertisement can be outputted.

[0113](Claim 32) The invention according to claim 32 limits claim 29 and the individual advertising output unit according to claim 30 or 31, When customer specific information which a card reader (F2) read is the same as customer specific information read last time in predetermined time, an individual advertising output unit to which it was presupposed that an advertising output means does not output information for an advertisement is started.

[0114](OPERATION) An advertising output means can be prevented from printing much same information for an advertisement. Thereby, when a discount ticket is attached, for example to information for an advertisement (J30), it can prevent that many discount tickets come to hand unfairly.

[0115](Claim 33) The invention according to claim 33 limits the individual advertising output

unit according to claim 29, When a card reader (F2) reads customer specific information recorded on a new customer card (J22), information for an advertisement (J30) which an advertisement information calculating means (F4) calls starts an individual advertising output unit made into information only for a new customer.

[0116](Term explanation) Although information only for a new customer is uniform information, it is not restricted to one kind, but two or more kinds are prepared and it can also be made to be able to choose at random or to circulate regularly. For example, a greeting "thank you for the admission", general explanation of a store, guidance of a bargain, campaign, etc. are what combined those information.

[0117](Claim 34) The invention according to claim 34 limits the individual advertising output unit according to claim 31, When customer specific information which a card reader has forgotten and was recorded on a card corresponding to a visitor is read, information for an advertisement which an advertisement information calculating means calls starts an individual advertising output unit made into information only for a card failure customer.

[0118](OPERATION) The salesclerk of a store should just make customer specific information which has left in a card reader and was recorded on a card corresponding to a visitor read, and even if he is a card failure customer, he can treat like the usual customer.

(Claim 35) The invention according to claim 35 limits the individual advertising output unit according to claim 28 to 34, and an advertisement information storage means starts an individual advertising output unit formed for every branch office.

[0119](OPERATION) Since an advertisement information storage means (F3) is established for every branch office, correction of information for an advertisement (J30) given from headquarters and processing can be performed.

[0120](Claim 36) The invention according to claim 36 is an individual advertising output method for providing an advertisement corresponding to each customer to a customer who did the ON store to a store, An advertisement information memory procedure of memorizing beforehand information for an advertisement (J30) corresponding to purchase history information (J10) about each customer's purchase history, An individual advertising output method provided with a customer specific information input procedure of inputting customer specific information (J2) for specifying a customer who did the ON store as a store, an advertisement information operation procedure of calling information for an advertisement (J30) using the customer specific information (J2), and an advertising output procedure that outputs information for an advertisement (J30) is started.

[0121](Variation) it can set to an invention concerning the individual advertising output unit according to claim 2 to 35 -- each -- "MEANS -- naturally it is possible to consider it as a "procedure" and to provide a method invention equivalent to these inventions.

[0122](Claim 37) The invention according to claim 37 is the medium which recorded on a

computer a program to which an individual advertising output for providing an advertisement corresponding to each customer to a customer who did the ON store to a store is made to carry out. Namely, an advertisement information memory procedure in which information for an advertisement corresponding to purchase history information about each customer's purchase history is memorized, A customer specific information input procedure of inputting customer specific information for specifying a customer who did the ON store as a store, A recording medium which recorded a program for making a computer perform an advertisement information operation procedure of calling information for an advertisement using the customer specific information, and an advertising output procedure which outputs information for an advertisement and in which computer reading is possible is started.

[0123](Term explanation) A recording medium is a medium which carried out program documentation by which magnetic and optical means, for example. For example, they are a floppy disk, a magneto-optical disc, a hard disk, etc.

[0124](Variation) in addition, it can set to an invention concerning the individual advertising output unit according to claim 2 to 35 -- each -- "MEANS -- naturally it is possible to provide an invention concerning a recording medium which considered it as a program for making it carry out to a computer, and recorded the program.

[0125]

[Embodiment of the Invention]Hereafter, this invention is explained in more detail based on an embodiment and a drawing. The drawings used here are drawing 1 thru/or drawing 23.

Drawing 1 is a key map for a first embodiment of the invention in this application to be shown.

Drawing 2 is a flow chart for a first embodiment of the invention in this application to be shown.

Drawing 3 is a key map for a second embodiment of the invention in this application to be shown.

Drawing 4 is a flow chart for one of the concepts expressed to a second embodiment of the invention in this application to be shown.

Drawing 5 is a flow chart for one of everything [the] but the concept expressed to a second embodiment of the invention in this application to be shown.

Drawing 6 is a key map for a third embodiment of the invention in this application to be shown.

Drawing 7 is a key map for a fourth embodiment of the invention in this application to be shown.

Drawing 8 is a flow chart for a fourth embodiment of the invention in this application to be shown.

Drawing 9 is a key map for a fifth embodiment of the invention in this application to be shown.

Drawing 10 is a flow chart for a fifth embodiment of the invention in this application to be shown.

Drawing 11 is a key map for a sixth embodiment of the invention in this application to be shown.

Drawing 12 is a key map showing an example of the throwaway printed.

Drawing 13 is a key map showing an example of the layout of the store which adopted the invention in this application, and is ** \ .

Drawing 14 is a key map for an example of the purchase history information flow in a store with three branch offices and the state of processing to be shown.

Drawing 15 is a key map for other examples of the purchase

history information flow in a store with three branch offices and the state of processing to be shown. Drawing 16 is a key map in case a store is a gas station. Drawing 17 is a figure showing the example of the throwaway printed. Drawing 18 is a throwaway printed and is a figure showing the example used as a questionnaire. Drawing 19 is a flow chart in the case of printing a throwaway to the visitor who suits promotion conditions. Drawing 20 is a tree structure figure showing the visitor's classification which carried out the ON store to the store. Drawing 21 is a flow chart in the case of comparing an experiment visitor with a control visitor. Drawing 22 is a flow chart in the case of comparing an experiment visitor with a stimulus visitor. Drawing 23 is an analysis key map at the time of departing from the difference of a stimulus level.

[0126](Drawing 1 and drawing 2) It explains based on a first embodiment shown in drawing 1 and drawing 2.

[0127]The embodiment shown here is an individual advertising output unit for providing the advertisement corresponding to each customer to the customer who did the ON store to the store. The advertisement information storage means F3 which has memorized the information J30 for an advertisement corresponding to the purchase history information J10 about each customer's purchase history, It has the customer specific information input means F2 which inputs the customer specific information J2 for specifying the customer who did the ON store as a store, the advertisement information calculating means F4 which calls the information J30 for an advertisement corresponding to the customer specific information J2, and the advertising output means F5 which outputs the information J30 for an advertisement.

[0128]Let the "store" said here be a store of 1 which sells goods in physical space.

[0129]It is the "repeat visitor" after the second time that a "customer" comes to the store to the store concerned. That is, when it comes to the store for the first time, I have attribution information, such as a type of a car etc. of a name, sex, age, family structure, and the car to own, provided to the store side, and it registers to the database by the side of a store as the customer specific information J2. In order that the store side may grasp the customer specific information J2 at the time of coming to the store, I get the customer concerned to own ID card J21 for specifying the customer specific information J2 simultaneously. If some shopping is done at the store concerned after ID card issue, suppose that it is made to correspond with the customer specific information J2 of ID card 21, and the balancing account record is recorded on a purchase history storage means F1 slack database as the purchase history information J10. The purchase history information J10 is a name of article, the number, a price, time, etc. which were purchased.

[0130]The store side is equipped with the card reader F2 as a customer specific information input means for making a customer and the customer specific information J2 correspond with ID card J21, and the customer who came to the store makes the card reader F2 read ID card

J21. It may be made to substitute a telephone number etc. to the customer who has forgotten ID card J21.

[0131]While analyzing a customer's characteristic and classifying a customer into two or more patterns according to the store side which stocked the purchase history information J10 in large quantities, the information J30 for an advertisement according to the classification is created, and it records on an advertisement information storage means F three-cask database. As the information J30 for an advertisement, the customer with high probability which purchases newly released goods regards it as a "fashion watcher visitor", and processes and prepares advertisement data which is advertised centering on newly released goods as the advertisement J31 for fashion watcher visitors, for example. The customer with much purchase of a bargain regards it as a "price sensitive visitor", and processes and prepares advertisement data which is advertised centering on a bargain as the advertisement J32 for price sensitive visitors. Naturally it is possible to also make the information for such a customer classification season with attribution information, such as age and sex.

[0132]a customer being whom, or (for example, -- "-- Mr. AOTAHANAKO) the advertisement information calculating means F4 being specified, and from the customer specific information J21 read in the card reader F2, It calculates and calls what the information J30 (for example, "price sensitive visitor J32) for an advertisement corresponding to the customer is, the information J30 for an advertisement is processed into the specific advertisement information J50, and the output instruction to the throwaway printer F51 is issued. a customer's name (for example, -- "-- Mr. AOTAHANAKO) is incorporated and customized to a part of throwaway J51. When a customer belongs to two or more classifications, it is balance with the space of the throwaway J51, and it is also possible to combine two or more information for an advertisement.

[0133]As the advertisement information output means F5, it is the throwaway printer F51 which prints the throwaway J51. Since it is necessary to print out in an instant at the time of a customer's ON store, it has the mass buffer.

[0134]If the customer provided with the customized throwaway J51 finishes shopping and substitutes balancing account for a register, ID card J21 will be read also in a register, and the purchase history information J10 will be added. This purchase history information J10 is effective as data by the side of a store.

[0135]Although the graphic display is omitted, based on the added purchase history information J10, the information J30 for an advertisement is updated as required according to change of the stock status of a store, etc.

[0136](Drawing 3, drawing 4, and drawing 5) Based on drawing 3, drawing 4, and drawing 5, it explains based on a second embodiment.

[0137]There are two points that the embodiment shown in drawing 3 differs from a first

embodiment. When there are goods with which discount is made with an advertisement, one is a system which the balancing account can perform in an instant by a register. Another is a system by which a customer collects the data about residence time (**** time) in a store.

[0138](Drawing 3 and drawing 4) A second embodiment is equipped with the register with a POS function as the purchase information input calculating means F6. This register F6 is provided with the bar code reader which reads the merchandise information slack bar code J6 given to goods. And when the goods read by the bar code J6 are the advertised object goods G1 published by the above-mentioned specific advertisement information J50, a bargain price, a discount rate, etc. are made to reflect at the time of balancing account by the register F6.

[0139](Drawing 3 and drawing 5) The card reader F2 in a second embodiment records a customer's ON store hour entry J7. The card reader which reads an ID card in the above-mentioned register F6 with a POS function is equipped with the residence-time input means F7 which reads the leaving-the-store hour entry J8. It has the residence-time calculating means F8 which calculates the residence-time information J9 from the inputted ON store hour entry J7 and the leaving-the-store hour entry J8.

[0140]The residence-time information J9 is recorded on purchase history storage means F1 with the purchase history information J10. And it harnesses in next marketing. Or a discount may be given in balancing account on that occasion.

[0141](Variation) Naturally invention thought of adopting only the system which harnesses the residence-time information J9 in next time, or a discount on that occasion and balancing account can also be realized, without establishing the advertising output means F5. On a rule of thumb, since there is a tendency for a merchandise purchase price to increase so that residence time is long, discount, the addition of service, etc. are carried out to such a customer, and customer satisfaction is raised. Such a system is also deriving a customer's prolonged stay.

[0142](Example of practical use of the purchase history information J10) It enumerates about the example of practical use of the purchase history information J10 hereafter.

- 1) To the customer whose change of the purchase amount per time is not large, on condition that it comes to the store every day, give a discount.
- 2) Perform discount according to residence time to the customer whose change of the shopping study per residence time of inside of a shop is not large.
- 3) To the customer who has purchased designated speculative stocks, provide a new brand with a bargain price, or provide a sample for nothing. It is what is called brand change campaign.
- 4) In combination with attribution information, to the customer who is a target layer of a certain goods, and does not have purchase experience of goods in question, provide goods in question with a bargain price, or provide a sample for nothing. This is also what is called brand

change campaign.

5) It is the past purchasing commodity and a counter position is shown in the throwaway J51 about the goods which are not purchased frequently.

6) Introduce a new product by an advertisement to the customer in the tendency which purchases newly released goods. Analyzing and introducing for every article category is effective.

7) Advertise buying the customer who has not purchased at the store concerned in other stores, and that it is not disadvantageous. For example, when the store concerned is a supermarket, buying rice in a rice shop and a price advertise the same purport.

8) To the customer who visits frequently, the same advertisement is made not to be repeated.

9) Advertise about how (for example, recipe about a fish) to use goods.

10) Tell today's chance bargain in a fresh article.

11) Combine with the information on ON store time, and advertise the markdown information about goods that remainders are expected in a fresh article etc.

12) Advertise about the discount according to the amount of money for the total of one shopping or shopping of fixed time.

13) Advertise carrying out discount according to coming-to-the-store frequency. For example, if it will come to shopping tomorrow also, it will advertise discounting and carrying out. It aims for a store and purchase to routinize through such an advertisement.

[0143]The above is illustration listing and is not restricted to the above-mentioned advertising content and a means. About an advertising content and a means, the data collection and recovery which can trace the existence of an effect are performed.

[0144](Drawing 6) Describe a third embodiment based on drawing 6.

[0145]The embodiment shown in drawing 6 shows the variation about the advertisement information output means F5. First, ID card J21 shall be equipped with a memory chip, and information shall be written in. It is assumed that the card reader F21 is equipped with the information writing device F52 for writing the information J30 for an advertisement, or the specific advertisement information J50 in said memory chip.

[0146]The inside of a shop A1 is equipped with the advertisement information written in the memory chip of ID card J21, the information reader F53 which can be read, and the display F54 which displays the read information. The customer can do some shopping by checking the advertisement for oneself by the display display J52 using ID card J21.

[0147](Drawing 7 and drawing 8) A fourth embodiment is described based on drawing 7 and drawing 8.

[0148]The embodiment shown in drawing 7 and drawing 8 uses the residence-time information J9 for management of a motor pool. That is, when the customer who came to shopping by the private vehicle parks a private vehicle at the motor pool A2, he makes the card reader F2 read

ID card J21, and he is taken as the start of parking in the stage. And when balancing account is substituted for a register, while acquiring the purchase history information J10 from the amount of money and leaving-the-store time, parking duration and a parking fee are managed.

[0149] Naturally also in here, invention thought of adopting only the system which harnesses the residence-time information J9 in management of parking duration or balancing account of a parking fee can also be realized, without establishing the advertising output means F5 which performs the advertisement in the case of an ON store.

[0150] (Drawing 9 and drawing 10) A fifth embodiment is described based on drawing 9 and drawing 10.

[0151] The embodiment shown in drawing 9 and drawing 10 provides the takeout advertisement information urged to coming to the store for the second time to the customer who finished shopping and finished balancing account. That is, it has a leaving-the-store information input means which checks a customer's leaving-the-store information, and the future information output means F9 which outputs takeout advertisement information in response to the input of the leaving-the-store information.

[0152] The purchase information input calculating means F6 makes "leaving-the-store information" the information on the purport that the end of balancing account was checked. Usually, although it is information common to all the customers, it can also be considered as the customized advertisement using the purchase history information J10. Since the future information output means F9 is the throwaway printer F91 and advertising media is paper, it becomes the takeout throwaway J53.

[0153] If a leaving-the-store information input means checks that a customer leaves the store, the future information output means F9 which received the input of the leaving-the-store information will print the takeout throwaway J53. The customer can receive the information on later in the store concerned. On the other hand, as a store side, the next coming to the store of the customer concerned can be urged.

[0154] Naturally also in here, invention thought of adopting only the system which outputs takeout advertisement information in response to the input of leaving-the-store information can also be realized, without establishing the advertising output means F5 which performs the advertisement in the case of an ON store.

[0155] (Drawing 11) Describe a sixth embodiment based on drawing 11.

[0156] This embodiment shows the variation about the advertisement information output means F5, and that advertisement information output means F5 is the combination of the inside-of-a-shop electric wave sender F55 by an electric wave, and the inside-of-a-shop electric wave receiving set F56. That is, it is a digital wireless communication system which uses PHS (simple cellular phone) as a receiving set.

[0157]The inside-of-a-shop electric wave receiving set F56 shall be lent to a customer, after reading of ID card J21 finishes. The method which outputs a character to a liquid crystal, the methods which output a sound, and also those combination exist. The former is suitable for the customer hard of hearing, and the latter is suitable for the visually handicapped customer.

[0158]According to this embodiment, a paper medium is unnecessary. Even if it is a case where the information J30 for an advertisement is updated in a customer's shopping, a customer can receive the updated information.

[0159](Drawing 12) Drawing 12 shows an example of the display type of the throwaway J51. It is the advertisement which put in and customized the customer's name on the top at this throwaway J51, and an advertising text part is expressed to the bottom of it, and the layout of a store is displayed on the bottom of it. When there is correspondence by the text part and a layout part, it has connected with the line. It is displaying so that it may be conspicuous in a current position. Since the layout of the store is displayed if it is considered as such a throwaway J51, it contributes to the customer having arrived to the destination in a store enough early, and moving to it rationally. When the layout in a store is changed, a possibility that the first customer to come to the store after a layout may be puzzled becomes small.

[0160]Although the graphic display was omitted, a questionnaire portion can also be displayed on the throwaway J51. A customer's message is collectable if a customer can collect the questionnaires responding to the questionnaire portion displayed on the throwaway J51. The message can be sold and it can employ in improvement and the improvement in service efficiently.

(Example of a questionnaire)

(1) doing what, although you do not purchase these days X purchased with before sufficient -- it is -- ?

" 4., others with bad 3. products offered higher than the 2. other stores which got bored with 1.X

(2) Do you like the throwaway of such a pattern?

"-- 1. -- 2. with this always sufficient pattern -- if this pattern is sometimes contained -- good 3. - - he does not so like -- "

(Variation) The example shown in above-mentioned drawing 12 is applicable also in the takeout throwaway J53, although explained as a display type of the throwaway J51.

[0161](Drawing 13) Drawing 13 shows the example of the layout of inside of a shop. It is the feature to have equipped the space in a store with inspection space A3 for perusing the throwaway J51 between counter space A4 and the setting position of the customer specific information input means F2. The case of the output form of an advertisement as shown in inspection space A3 by drawing 6, i.e., form like the display display J52, installs in display F54WO inspection space A3.

[0162]The customer who received the throwaway J51 can peruse the throwaway J51 in inspection space A3. Therefore, a customer's flow is not overdue near the entrance of a store.

[0163]Although the register F6 and the throwaway printer 91 which prints the takeout throwaway J53 are installed between counter space A4 and the exit of a store, it is good also as providing inspection space also between an exit and the throwaway printer 91.

[0164](Drawing 14 and drawing 15) It is a concept which is shown in drawing 14 and drawing 15 for the example of the purchase history information flow in the organization which comprised two or more branch offices and headquarters which generalizes them, and the state of processing to be shown. A branch office and headquarters are connected by the means of communication. (Drawing 14) In the concept shown in drawing 14, memorize the purchase history information J10 collected for every branch office in headquarters, calculate in order to create the information J30 for an advertisement for corresponding to information processing and each customer, and output the information J30 for an advertisement to a customer. The input means of A branch office which inputted the purchase history information J10 is provided with the reception means corresponding to [in the input means of headquarters] said transmitting means for the transmitting means to the input means of headquarters. The output means of the headquarters which acquired the information J30 for an advertisement by the calculating means is provided with the reception means corresponding to [in the output means of the branch office] said transmitting means for the transmitting means to the output means of a branch office.

[0165]First, those who did the ON store to the store in which the individual advertising output unit of composition of being shown in drawing 14 is installed input and register the customer specific information J2 for specifying oneself to a store, and become a customer. The customer specific information J2 is inputted via the customer specific information input means F2 by the customer who did the ON store to the store at the branch office concerned, and if required, it will be sent also to headquarters.

[0166]If offer of shopping or service is received, it will be sent also to headquarters while coinciding the information with the customer specific information J2, turning into the purchase history information J10 and inputting it at the branch office concerned. Therefore, in headquarters, much purchase history information J10 in a branch office can be collected. And in headquarters, the individual information J30 for an advertisement corresponding to the purchase history information J10 is prepared for every customer based on the sent purchase history information J10, and it memorizes to the advertisement information storage means F3.

[0167]The customer who did the ON store to the branch office store of 1 again does an ON store, after inputting the customer specific information J2. Then, the customer specific information J2 for the customer specific information input means F2 to specify a customer is inputted. Then, an advertisement information calculating means calls the information J30 for

an advertisement corresponding to the customer specific information J2, and the advertising output means F5 outputs the information J30 for an advertisement. The advertisement which doubled and customized the customer specific information J2 and the information J30 for an advertisement may be outputted.

[0168]Thus, the customer can receive the advertisement based on his purchase history information J10.

[0169](Drawing 15) In drawing 15, it also has the memory measure and the calculating means for every branch office. And although the information J30 for an advertisement from headquarters is used, based on the actual condition and the original information for every branch office, correction of the information J30 for an advertisement and processing can be performed.

[0170](Hardware which should be arranged in a store and the center) It is as follows when head office branch office relations are summarized.

[0171]About combination whether which hardware should be arranged in a store and the center, he is the {customer DB (DB is a thing of a database .). the following -- same data on shoppers' browsing and buying habits DB, contents DB (advertisement information storage means F3), promotion conditions DB and reaction DB, and ...}x -- {-- all -- a center -- a part -- a center part store -- all the combination of store} is all possible.

[0172]There is a variation in the above-mentioned combination in the sense of physical both sides with it being logical. For example, even if it is concentrating on headquarters physically, it is also possible for it to be in headquarters and a store logically. That is, even if the database as the actual condition is stored in the computer of headquarters, it has what the contents are regarded as by only headquarters, and a thing seen only at a store.

[0173]About the case of being logical, "the case where it shares between headquarters and a store" is added further. I hear that there is a portion which can be regarded as sharing between headquarters and a store at both headquarters and a store, and it is. For example, headquarters is made to concentrate the data on shoppers' browsing and buying habits DB, the customer DB, and the reaction DB, and the promotion conditions DB make both the object for headquarters, and for stores both the object for headquarters and for stores and the contents DB also exist.

[0174](Drawing 16) Drawing 16 is a key map showing the case where a gas station is chosen as a "store."

[0175]Although it is considered as the combination of ID card J21 I get a customer to own, and the card reader F2 as "the customer specific information J2 , since it usually comes to the store by car to a gas station, it can also be considered as the number of a car, and the reader which reads the number plate.

[0176]It can also be attached to a customer specific information input means in an auxiliary

input device. For example, they are the combination of a ten key, a keyboard, a touch panel, and a touch pen and a touch panel, a speech input system, etc.

[0177]While an auxiliary inputting means is provided with the new customer card which recorded the customer specific information of the purport that he is the customer in whom the purchase history information J1 is not accumulated, i.e., a new customer, the card reader F2 is formed so that the customer specific information recorded on the new customer card can be read. Therefore, the salesclerk of a store should just make the customer specific information recorded on the new customer card by the card reader read, and even if he is a new customer, he can treat like the usual customer. It is that etc. with which the information for an advertisement on a throwaway combined those information, including the information only for a new customer, a greeting "thank you for the admission", general explanation of a store, guidance of a bargain, campaign, etc., in this case.

[0178]While an auxiliary inputting means forgot to have recorded the customer specific information of the purport that he is the customer who forgets and did the store of the customer possession card and having a card corresponding to a visitor, a card reader is formed so that the customer specific information which has forgotten and was recorded on the card corresponding to a visitor can be read. Therefore, the salesclerk of a store should just make the customer specific information which has left in the card reader and was recorded on the card corresponding to a visitor read, and even if he is a card failure customer, he can treat like the usual customer. In this case, when the customer specific information which has forgotten and was recorded on the card corresponding to a visitor is read, let the information for an advertisement on a throwaway be the information only for a card failure customer. For example, suppose the nudge of "not forgetting a card in the case of next coming to the store, since the point is not saved" that uniform information is certainly put in.

[0179]By the way, in being the same as the customer specific information J21 read last time to within a time [short] to the extent that the customer specific information J2 which the customer specific information input means F2 read makes the same card continue and read, it forms so that a throwaway printer may not output the throwaway J51. For this reason, it can prevent printing many same throwaways. Thereby, when the discount ticket is attached, for example to the throwaway, it can prevent that many discount tickets come to hand unfairly.

[0180](Correspondence to a throwaway receipt refusal visitor) When the customer who did the ON store of the information for an advertisement does not receive, in order to cope with it, it has a refusal information input means which inputs receipt refusal information, and a refusal information storage means which memorizes the receipt refusal information. That is, when the customer to whom the refusal information input means carried out the ON store of the information for an advertisement does not receive, receipt refusal information is inputted. And since a refusal information storage means memorizes, the receipt refusal information can be

used as data at the time of elaborating on the following marketing and an advertising strategy. [0181]To the advertisement information storage means, the advertisement information for refusal visitors for the customer who did not receive an advertisement is memorized, and an advertisement information calculating means makes receipt refusal information and customer specific information correspond, and suppose it that the advertisement information for refusal customers is called. Namely, since the advertisement information storage means has memorized the advertisement information for refusal visitors when the customer who did not receive an advertisement does a reincarnation store, an advertisement information calculating means, making receipt refusal information and customer specific information correspond, and calling the advertisement information for refusal customers -- an advertising output means -- the advertisement information for refusal customers (for example, -- "-- when an advertisement is unnecessary in the future, please give me the following procedure.) The throwaway which printed the informative matter ..." is outputted. Or receipt refusal information and customer specific information are made to correspond, and an advertising output means is good also as not outputting the information for an advertisement.

[0182](Balancing account of a purchasing commodity) adding the information on the paid purchasing commodity to each customer's purchase history information J2 in the purchase information input calculating means (what is called the POS register F6) for paying the goods which a customer purchases -- **** . For this reason, it will be added automatically and each customer's purchase history information will be memorized, if balancing account of a purchasing commodity is completed.

[0183]The POS register F6 judges whether they are the advertised object goods G1 in which the goods to purchase are contained in the throwaway, and when it is the advertised object goods G1, it performs balancing account according to the conditions indicated to the throwaway. And the reduction amount is displayed on a receipt. Then, for a customer, the feelings that the throwaway was able to be used effectively -- the discount according to purchase is made -- remain. In the receipt, the sale information etc. which are urged to next coming to the store can also be printed. The sale information can be considered as the individual information based on the purchase history information J10 for every customer.

[0184](The gestalt, drawing 17, and drawing 18 of a throwaway) The throwaway is taken as the double-side printing (end-fire array) of the A4 version. Since it is considered as the HTML method, as shown in drawing 17, a character, a pattern, a photograph, etc. can be incorporated. The pattern and text which had been decided beforehand are printed a priori into the up-and-down portion, and save the time to print-out.

[0185]The throwaway J51 displays the information for an advertisement corresponding to division numbers on four advertisement regions divided into every direction 2 classification, and an advertisement information calculating means chooses the information for an

advertisement corresponding to the division numbers concerned. In the example of drawing 17, two kinds and four kinds of information system advertisements were chosen for local event information and a coupon (experiment system). It is legible and also unlike the case where a completely free layout is constructed and outputted, the burden to a memory or CPU is small. The bar code for balancing account may be printed on the coupon.

[0186]In drawing 18, it is made into the questionnaire portion except the prior printing portion. A questionnaire portion is the meaning including the questionnaire about the contents of the throwaway itself [besides being products offered of goods, an inside-of-a-shop layout, a salesclerk's attitude, etc. , etc., for example, the size of a character, an advertising layout, etc. It is good also as displaying the history questionnaire portion based on purchase history information. A customer's message is collectable if a customer can collect the questionnaires responding to a questionnaire portion. The message can be sold and it can employ in improvement and the improvement in service efficiently.

[0187](Kind of information for an advertisement) In addition to this, the kind of information J30 for an advertisement printed to a throwaway is explained. First, they are the information for introduction of a new product, and sales increase, for example, guidance of sales items or discount goods, guidance of an inside-of-a-shop event, etc. A recipe can also be provided and Rebun of the purport that I had advertised object goods bought at the time of the last shopping can also be published. There may be negative information (for example, wish of recovery when the goods purchased at the time of the last shopping are troubled goods) etc.

[0188]It has an input means of the present information, and a memory measure which once memorizes the present information, and an advertisement information calculating means is good also as specifying the information for an advertisement using customer specific information or the present information. The "present information" means here the information in the present when a customer's action may be affected. For example, they are one or those combination, such as the present time, atmospheric temperature, and humidity. [, such as data about the weather, and an exchange rate, For example, when time is around 17:00, it is advertising the information on microbrewing arrival of goods for sale information to a customer with many purchase histories of an alcoholic beverage to a customer with many purchase histories of bargain sale food, respectively etc. If the present information is made into the time to stocking stock status and next time, a customer's short-supply feeling can be affected, refrainment from buying can be suppressed, or arrangement of stock can be performed.

[0189]It has an input means of future information, and a memory measure which once memorizes future information, and an advertisement information calculating means is good also as specifying the information for an advertisement using customer specific information or future information. "Future information" means here the information on the near future which may have on a customer's action. For example, the time limited discount sale in one corner of

a local weather report, local event information, and inside of a shop and bread are baked thoroughly, and it is time etc. If it is on the day preceding the athletic meet of an area, it will contribute to prevention of a customer's failure to buy it by making the bread for sandwiches, the dried seaweed for rice balls, etc. into the information for an advertisement. If tomorrow's weather is a rain forecast, introduction of the windshield cleaner of a car can also be made into the information for an advertisement.

[0190](Drawing 19) Explain especially hardware, without using a drawing. Namely, the condition memory measure which has memorized promotion conditions and the advertisement information storage means which has memorized the information for an advertisement for outputting to the customer who suited promotion conditions, The card reader for specifying a customer as a store with the ID card which the customer who did the ON store has, It has an advertisement information calculating means which judges whether the customer specific information by the ID card conforms to promotion conditions, and calls the information for an advertisement when it conforms, and an advertising output means (throwaway printer) which outputs the information for an advertisement (throwaway = flyer). The attribution information memory measure said condition memory measure has remembered the input means of promotion conditions, and a customer's attribution information to be, The purchase history storage means which has memorized the purchase history information about each customer's purchase history, It has an extraction means to extract the customer who suits promotion conditions, using the promotion conditions inputted in the input means, and the purchase history information memorized by the customer's attribution information and purchase history storage means which are memorized by the attribution information memory measure. Naturally it is possible to manufacture the medium which considered it as the program for making the above-mentioned composition perform to a computer, and recorded the program.

[0191]With "promotion conditions", there may be various conditions, such as a customer's attribution information (for example, a name, sex, a date of birth, an age group (age), family structure, the type of a car of the car to own, etc.), a time zone of an ON store, and a day of the week. For example, the number of times of purchase in a certain specific article, purchased amount, purchase frequency, or either of a buyer's attribution information, Or make ones of those combination into promotion conditions, a customer with large purchased amount for every [in a certain specific article] prescribed period is made into promotion conditions, or the purchase unit of the specific article in purchase history information makes a small customer promotion conditions.

[0192]The group who becomes a target of the advertisement outputted is chosen. Promotion conditions are not restricted to one kind, but can also be made into two or more kinds. That is, if one kind becomes, the number of campaign will be one, and if two or more kinds become, it means that the number of campaign is [two or more]. Since there is a period in campaign, it

has a period input means and suppose an advertising output means that the information for an advertisement is outputted only within the period specified by said period input means.

[0193]"Purchase history information" is record of what the customer purchased in the past. Usually, it becomes the purchased information, including a name of article, the number, a price, time, etc. What is called POS information is connected to the specific customer's information (customer specific information).

[0194]a questionnaire portion is displayed on a flyer (throwaway) -- things . "Questionnaires is "an impression to an advertisement", the question "whether it purchased unless it was advertised", etc. here, for example.

[0195]An operation is explained based on a flow chart.

[0196]First, promotion conditions are inputted by an input means. Then, the attribution information memory measure the extraction means has remembered a customer's attribution information to be, The purchase history storage means which has memorized the purchase history information about each customer's purchase history, The customer who suits promotion conditions is extracted using the promotion conditions inputted in the input means, and the purchase history information memorized by the customer's attribution information and purchase history storage means which are memorized by the attribution information memory measure. And the advertisement information storage means memorizes the information for an advertisement for outputting to the customer who suited promotion conditions.

[0197]Next, a card reader reads into a store a customer's ID card which carried out the ON store, and inputs customer specific information. And when an advertisement information calculating means judges whether the customer specific information conforms to promotion conditions and conforms, the information for an advertisement is called. And a throwaway printer outputs the throwaway which printed the information for an advertisement.

[0198]By doing in this way, it can advertise only to the customer who suits promotion conditions based on the data about many customers. If the customer's shopping balancing account is completed, it can be judged using POS information whether the goods which a customer purchases are advertised object goods contained in the information for an advertisement.

[0199](Analytic basic pattern)

Although goods other than gasoline, such as a car wash, had been purchased at our shop until now ["exercise , the promotion of the high-class oil of 5000 yen was carried out to the visitor who has not been our shop about an oil change. The visitor applicable to such conditions found 5000 persons in the cardholder of our shop.

[0200]dividing 5000 "an experiment customer and control customers into 2500 persons at a time, and passing one side a flyer (experiment customer) -- one side -- not passing (control customer) -- it carries out. The good influence to which "oil change gives the message of the

advertisement at this time to an engine, Supposing, as for an experiment customer, 250 persons change the oil for the convenience that the way for which the oil is changed in a gas station is not kept waiting in a car shop, during the solicitation" "result" predetermined campaign, it is 10% of reaction, and supposing 100 persons change the oil for a control customer, he is 4% of reaction. Therefore, a reaction difference is 6%.

The reaction difference of 6% of "verification" verifies statistically whether mere it is accidental for whether it is influence of advertising. When it is able to be judged that it is influence of advertising, the estimate of sales, the amount of a sales contribution, etc. are calculated.

[0201]"Ranking" This promotion verifies and carries out ranking of whether other promotions were excelled or to have been inferior. If it does not remain in the 15th top place as a result of ranking, the plan of a promotion is changed newly. The whole country will be developed if it remains in the 15th place.

[0202](Effect of the above-mentioned exercise) Simply, a flyer is not passed to 2500 persons, but the customer who expects an advertising effect is sampled and the customer (experiment customer) is passed. For this reason, it becomes an advertising strategy which can expect cost effectiveness.

[0203]In spite of being a customer who expects an advertising effect, the customer (control customer) who does not hand a flyer has also set up. For this reason, the comparison verification of the effect of the advertisement itself can be carried out.

[0204]Since the effect of the advertisement itself is verifiable, if it regards as an examination prior to national deployment, it can be expected that the percentage of risk of failure can be lowered rather than developing the whole country suddenly.

[0205](Drawing 20) Although especially hardware is explained without using a drawing, While the customer judges it to be a targeting condition memory measure which memorizes targeting conditions, and a card reader for specifying a customer as a store with the ID card which the customer who did the ON store has whether it conforms to targeting conditions, It is the promotion effect determining device provided with the control condition calculating means divided into the control customer who does not hand an advertisement with the experiment customer who should hand an advertisement for the object client who suits targeting conditions, and the throwaway printer which outputs the flyer as information for an advertisement to an experiment customer. And the first calculating means for judging whether the goods which the experiment customer concerned purchases are advertised object goods contained in the information for an advertisement, It has the second calculating means for judging whether the goods which a control customer purchases are advertised object goods contained in said information for an advertisement, and a comparison means to compare the result of an operation of the first calculating means and the second calculating means. Naturally it is possible to manufacture the medium which considered it as the program for

making the above-mentioned composition perform to a computer, and recorded the program.

[0206]"Targeting conditions" is kinds of promotion conditions and there may be various conditions, such as a customer's attribution information (for example, a name, sex, a date of birth, an age group (age), family structure, the type of a car of the car to own, etc.), a time zone of an ON store, and a day of the week. Record (purchase history information) of what the customer purchased in the past can also serve as conditions.

[0207]If targeting conditions shall be related with a certain specific article, even if a customer's attribution information, purchase history information, etc. exist in large quantities, it is easy to extract data and the burden of hardware can be eased. It is easy to narrow down the purpose of the information for an advertisement. For example, let customers with large purchased amount for every [in a certain specific article] prescribed period" be targeting conditions. Although such a customer has taken the life style with the necessity of purchasing the specific article concerned on a fixed fixed-quantity [every] target mostly, he is a customer conjectured to have not purchased the specific article concerned only at the store concerning this invention. For example, although monthly gasoline purchased amount was around 10,000 yen, the purchased amount last month presupposes that there was a customer who is 3000 yen the two-month forward. The customer can surmise that a possibility of having supplied with oil in other gas stations last month is high. If a recall is aimed at with an advertisement, it will be considered that such a customer is easy to contribute to a sales rise. Even if a customer's attribution information, purchase history information, etc. exist in large quantities in the case of such a customer, it is easy to extract data and the burden of hardware can be eased. It is easy to narrow down the purpose of the information for an advertisement. For example, when promotion conditions are extracted at the coming-to-the-store day of the week in purchase history information", even if a customer's attribution information, purchase history information, etc. exist in large quantities, it is easy to extract data and the burden of hardware can be eased. It is easy to narrow down the purpose of the information for an advertisement. For example, when the store concerning this invention presupposed that there are few customers comings on Wednesday, it was able to be said that the sale information of limitation was advertised to the customer who came to the store on Tuesday on Wednesday, and coming to the store on Wednesday was demanded from him.

[0208]For example, if promotion conditions are extracted at the coming-to-the-store time in purchase history information", even if a customer's attribution information, purchase history information, etc. exist in large quantities, it is easy to extract data and the burden of hardware can be eased. It is easy to narrow down the purpose of the information for an advertisement. for example, the customer who came to the store in the afternoon when the store concerning this invention presupposed that there are few customers comings in the morning -- the morning -- next-month delivery -- it was able to be said that the sale information of a law was advertised

and coming to the store during the morning was urged.

[0209]Let "customers with a small purchase unit of a specific article" be targeting conditions. Such customers are a customer who purchases by the fixed amount specification "1000 Cyclotomy", and a customer who purchases by the fixed-quantity specification of "10 l.", when a specific article is gasoline, for example. If full specification is demanded with an advertisement from such a customer, it will be thought that it is easy to contribute to a sales rise. When it extracts to such a customer, even if a customer's attribution information, purchase history information, etc. exist in large quantities, it is easy to extract data and the burden of hardware can be eased. It is easy to narrow down the purpose of the information for an advertisement.

[0210]Targeting conditions are not restricted to one kind, but can also be made into two or more kinds. That is, if one kind becomes, the number of campaign will be one, and if two or more kinds become, it means that the number of campaign is [two or more].

[0211]The visitor who did the ON store is divided into the customer who already has an ID card, and the visitor who is not so. Although the visitor who does not have an ID card yet publishes an ID card newly and has you become "the visitor who already has an ID card" from the next coming-to-the-store time, he does the outside of an object on the problem of targeting condition so and so for a while.

[0212]Those who suit targeting conditions in the visitor who already has an ID card turn into a target candidate. A target candidate is divided into an experiment customer and a control customer. an experiment customer is a visitor who receives a promotion (a flyer is received) -- oh, although ** and a control customer suit targeting conditions, they are a visitor who does not receive a promotion.

[0213]The target non-candidate who does not suit targeting conditions receives and twists a promotion with the stimulus customer who receives a promotion in spite of not suiting targeting conditions, and is divided into a non-stimulating customer.

[0214](Drawing 21) Drawing 21 is a flow chart in the case of comparing an experiment customer with a control customer and verifying targeting conditions.

[0215]First, targeting conditions are determined and a targeting condition memory measure is made to memorize. And when a head office branch office exists, at a branch office, a repeat visitor's ID card which carried out the ON store is read. It is judged whether the customer specific information by the ID card conforms to targeting conditions. If it does not conform, nothing is performed to the customer.

[0216]When it conforms to targeting conditions, it is judged further whether you are a visitor who should hand an advertisement by a control condition calculating means. If it is a visitor who should hand an advertisement, the visitor is an experiment customer, with an advertising output means slack flyer printer, a flyer will be printed and the visitor will gain a flyer. On the

other hand, in not being a visitor who should hand a flyer, the visitor is a control customer and it does not gain a flyer.

[0217]Then, suppose that many experiment customers and a control customer finished shopping, and paid by the register. Then, it judges whether the first calculating means is advertised object goods in which the goods which an experiment customer purchases are contained in the information for an advertisement, and it is judged whether the second calculating means is advertised object goods in which the goods which a control customer purchases are contained in said information for an advertisement. And a comparison means compares the result of an operation of the first calculating means and the second calculating means.

[0218]If the probability that the experiment customer has purchased advertised object goods rather than the control customer is high as a result of comparison, it can be surmised that the quality of the information for an advertisement was high. If the experiment customer and the control customer have purchased advertised object goods with probability without a difference, it can be surmised that the quality of the information for an advertisement was low.

[0219](Drawing 22) Drawing 22 is a flow chart in the case of comparing an experiment customer with a stimulus customer and verifying targeting conditions.

[0220]First, targeting conditions are determined and a targeting condition memory measure is made to memorize. And when a head office branch office exists, at a branch office, a repeat visitor's ID card which carried out the ON store is read. It is judged whether the customer specific information by the ID card conforms to targeting conditions. The customer who has not adapted himself shall divide into the visitor (stimulus customer) who gives a stimulus further, and the visitor (non-stimulating customer) who is not so, shall hand a stimulus customer a flyer with a flyer printer, and shall not hand a non-stimulating customer a flyer.

[0221]When it conforms to targeting conditions, it is judged further whether you are a visitor who should hand a flyer by a control condition calculating means. With an advertising output means slack flyer printer, a flyer will be printed by the visitor (experiment customer) who should hand a flyer, and the visitor will gain an advertisement to him. On the other hand, in not being a visitor who should hand a flyer, the visitor is a control customer and it does not gain a flyer.

[0222]Then, suppose that many experiment customers and a stimulus customer finished shopping, and paid by the register. Then, it judges whether the first calculating means is advertised object goods in which the goods which an experiment customer purchases are contained in the information for an advertisement, and it is judged whether the third calculating means is advertised object goods in which the goods which a stimulus customer purchases are contained in said information for an advertisement. And a comparison means compares the result of an operation of the first calculating means and the third calculating means.

[0223]If the probability that the experiment customer has purchased advertised object goods rather than the stimulus customer is high as a result of comparison, it can be surmised that the quality of targeting conditions was high. If the experiment customer and the stimulus customer have purchased advertised object goods with probability without a difference, it can be surmised that the quality of targeting conditions was low.

[0224](Drawing 23) Explain the advancing situation of the reaction about a stimulus level based on drawing 23. It is a fictitious example which is shown here and it is not a actual example.

[0225]The upper part of drawing 23 has the easy explanation about the kind of promotion. The kind of two or more promotions is expressed as promotion ID. It is expressed the advertisement or sales promotion an experiment mate is. about what The selection standards of the customer who is the target of a customer's promotion are expressed as object conditions. The point of a difference of a stimulus level is expressed as a stimulus level. Here, two kinds such as "the information about a car wash" and a "trial coupon" were combined, and the stimulus level was made into four steps, 0, 1, 2, and 3. It expresses which reaction is checked as a reaction monitor condition. Next, while being registered as a customer, the number of the customers who are the targets of a promotion is assigned. It was considered as 1200 to 2000 candidates, and was considered as 1200 non-candidates.

[0226]Next, the number of the customers (visitor who washed a car) who had a reaction in the denominator in the number with which the customer who assigned came to the store is used as a numerator, and "conversion" is seen.

[0227]The advancing situation of the reaction to dispatch is judged. It turns out that the one where a stimulus level is higher has high conversion. The conversion of a non-candidate is not low, either. This will be because those who are experienced in a car wash are non-candidates.

[0228](Variation) a questionnaire portion is displayed on a flyer (throwaway) -- things .

"Questionnaires is an impression to an advertisement , the question whether it purchased unless it was advertised", etc. here, for example. A customer's message is collectable if a customer can collect the questionnaires responding to the questionnaire portion displayed on the information for an advertisement. The message can be sold and it can employ in the progression in quality of an advertisement besides improvement and the improvement in service efficiently.

[0229]The customer action input means which inputs the action data for analyzing action of the after that of the customer who received the advertisement, ** is also good in the database for analysis which stores the data for analysis for analyzing the action data, and a data analysis means to calculate using action data and the data for analysis, and to calculate an advertising effect. Here, there may be picture image data to which counter to have gone out after receiving the temporal data and the advertisement which are reading the advertisement thought to be

"action data", for example etc. If action data for a customer action input means to analyze action of the after that of the customer who received the advertisement is analyzed, evaluation of the information for an advertisement can be performed from a different viewpoint. For example, if action data is used as residence-time data, the relation between residence time and an advertisement can be analyzed.

[0230]When the comparison result by a comparison means is judged, it has a result outputting means which outputs the right or wrong of a decision result and the decision output of ** by the result outputting means is received, the output of the information for an advertisement can also be suspended. In that case, the thin advertisement of an effect is reduced and can press down expenses of useless cost.

[0231]. When the decision output of ** by a decision-output means is received, generate a failure advertisement database automatically using the data relevant to the information for an advertisement, and its information for an advertisement. Or when the decision output of this by the decision-output means is received, it is good though a success advertisement database is generated automatically using the data relevant to the information for an advertisement, and its information for an advertisement. Since it becomes helpful behind, it is convenient.

[0232]

[Effect of the Invention]According to the invention according to claim 1 to 35, the individual advertising device for performing an advertisement suitable for each customer was able to be provided.

[0233]According to the invention according to claim 36, the individual advertising method for performing an advertisement suitable for each customer was able to be provided.

[0234]According to the invention according to claim 37, the program recording medium for making a computer execute the individual advertisement program for performing an advertisement suitable for each customer was able to be provided.

[Translation done.]

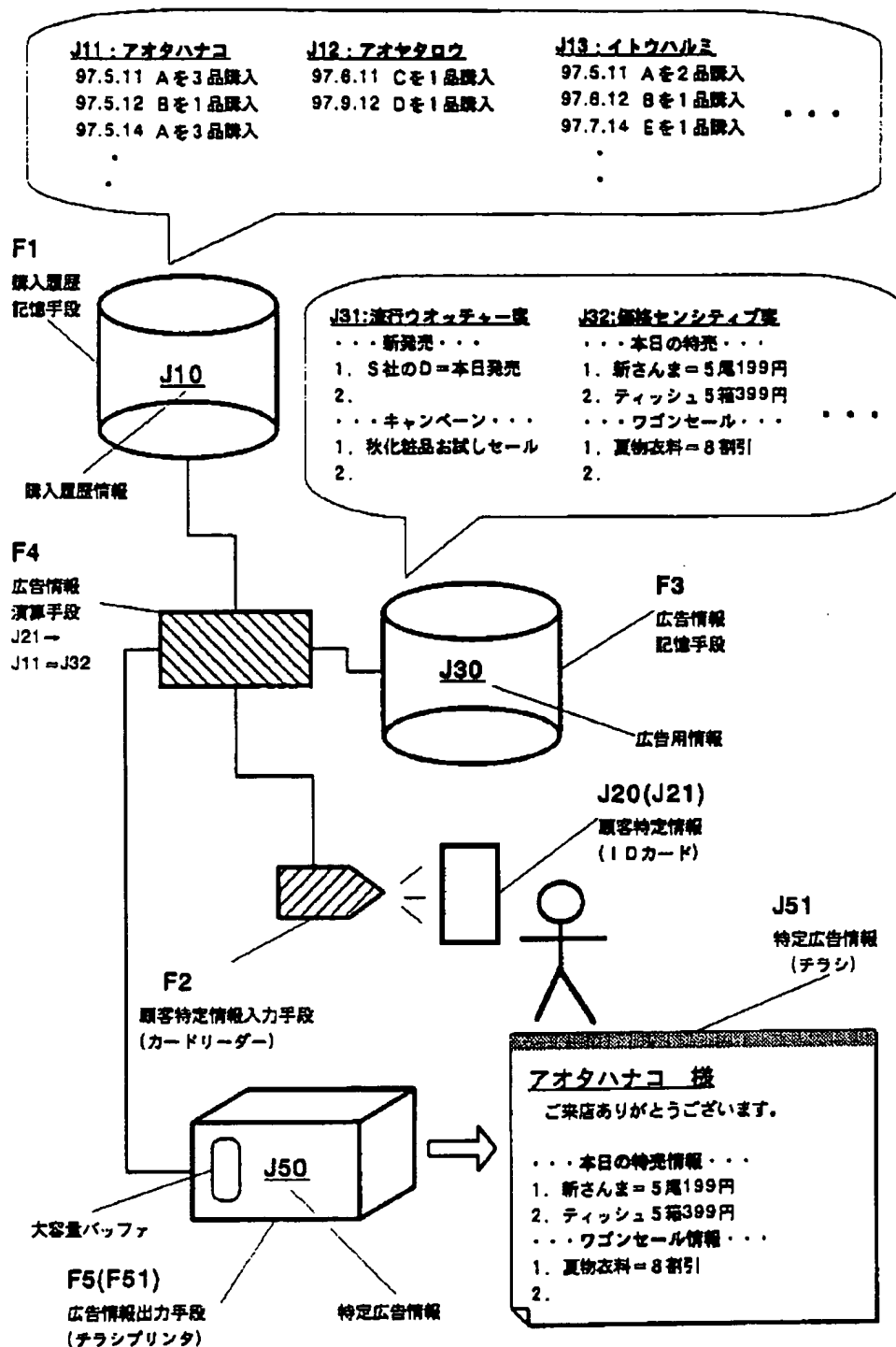
* NOTICES *

JP0 and INPIT are not responsible for any
damages caused by the use of this translation.

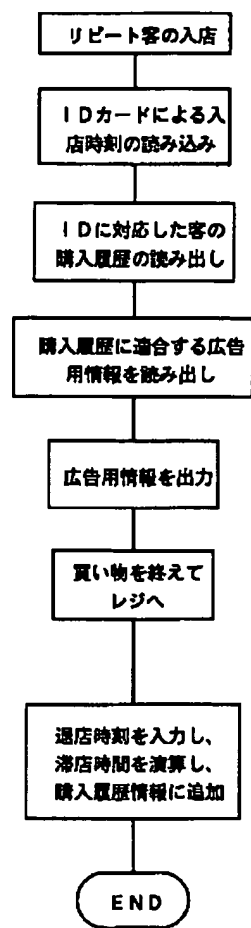
- 1.This document has been translated by computer. So the translation may not reflect the original precisely.
- 2.**** shows the word which can not be translated.
- 3.In the drawings, any words are not translated.

DRAWINGS

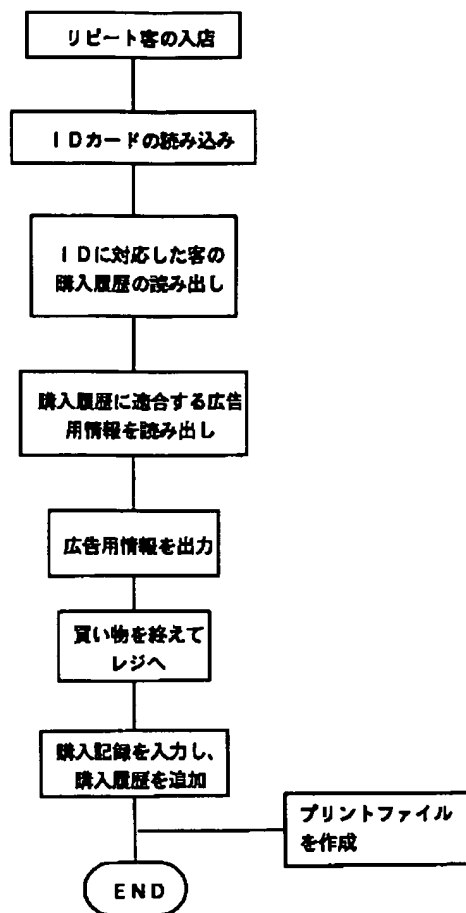
[Drawing 1]



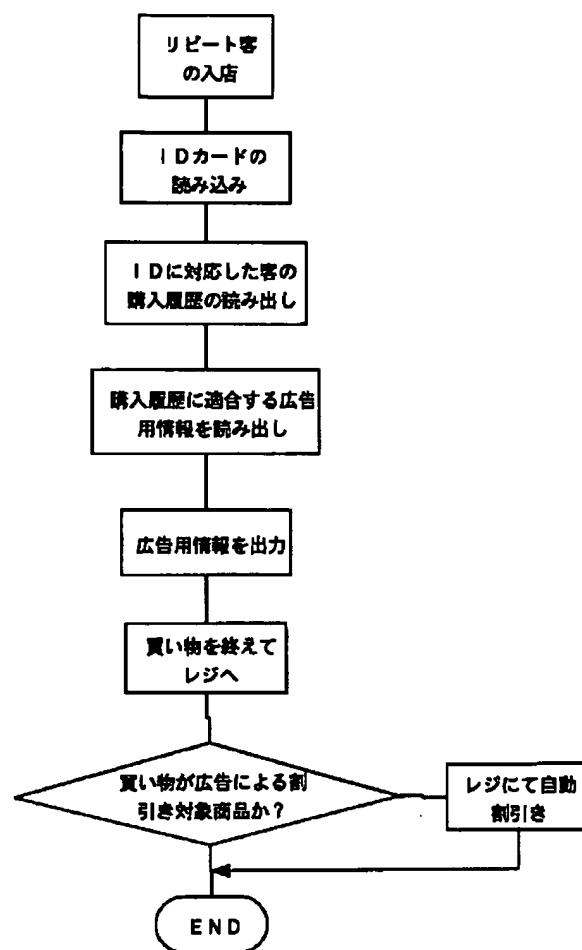
[Drawing 5]



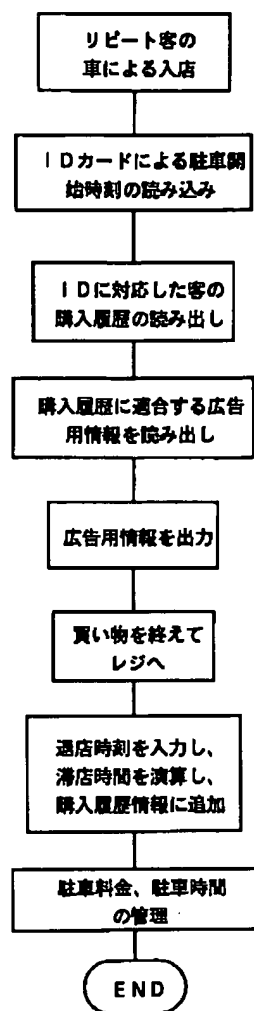
[Drawing 2]



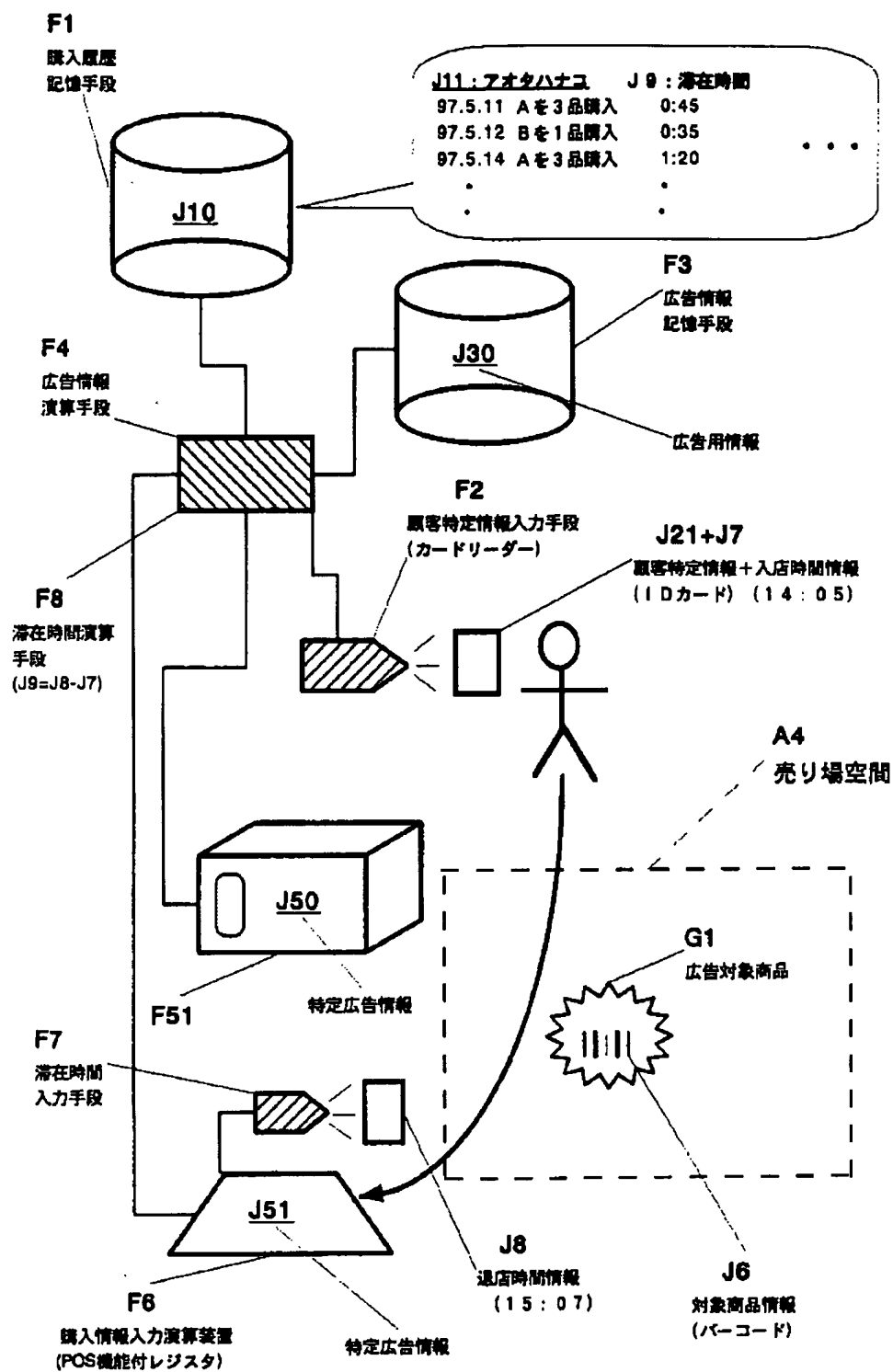
[Drawing 4]



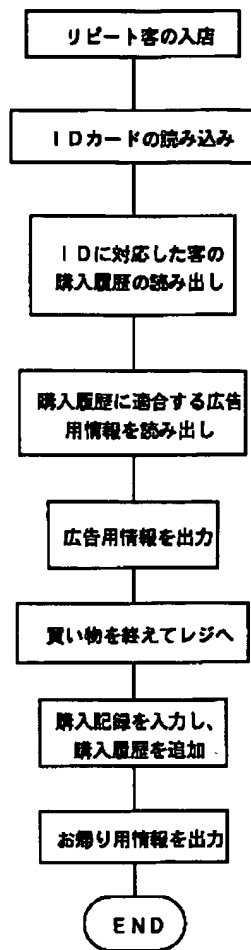
[Drawing 8]



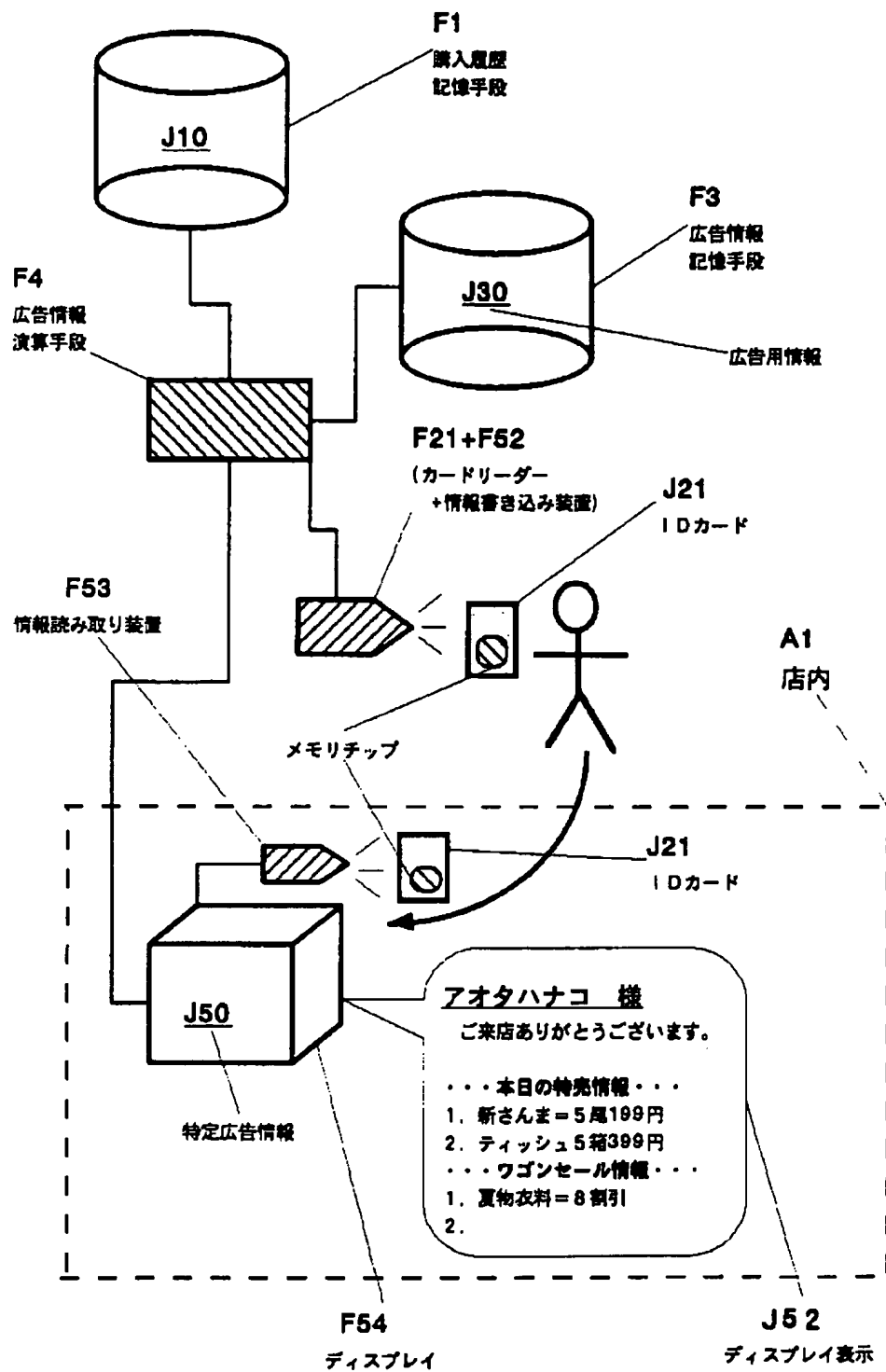
[Drawing 3]



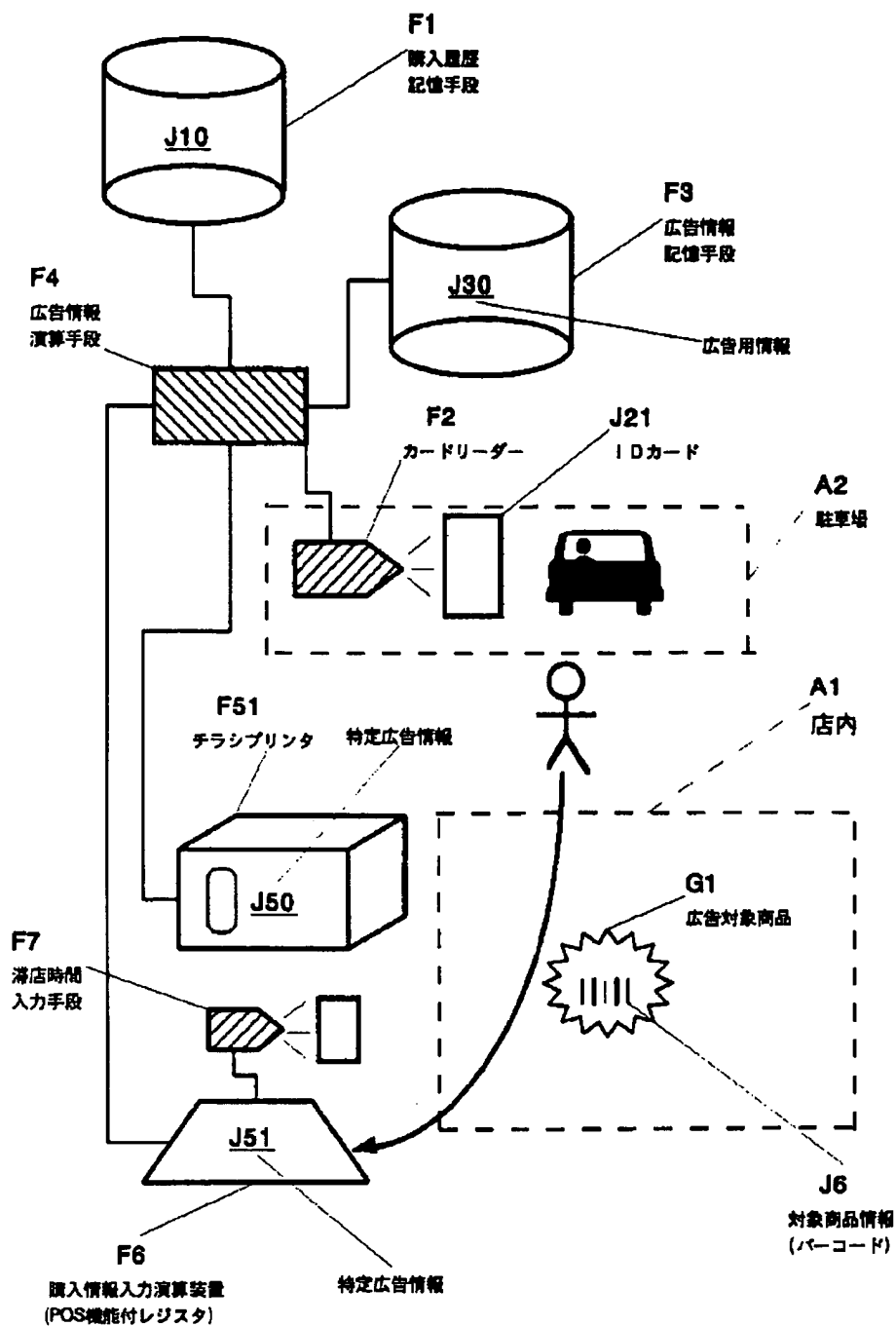
[Drawing 10]



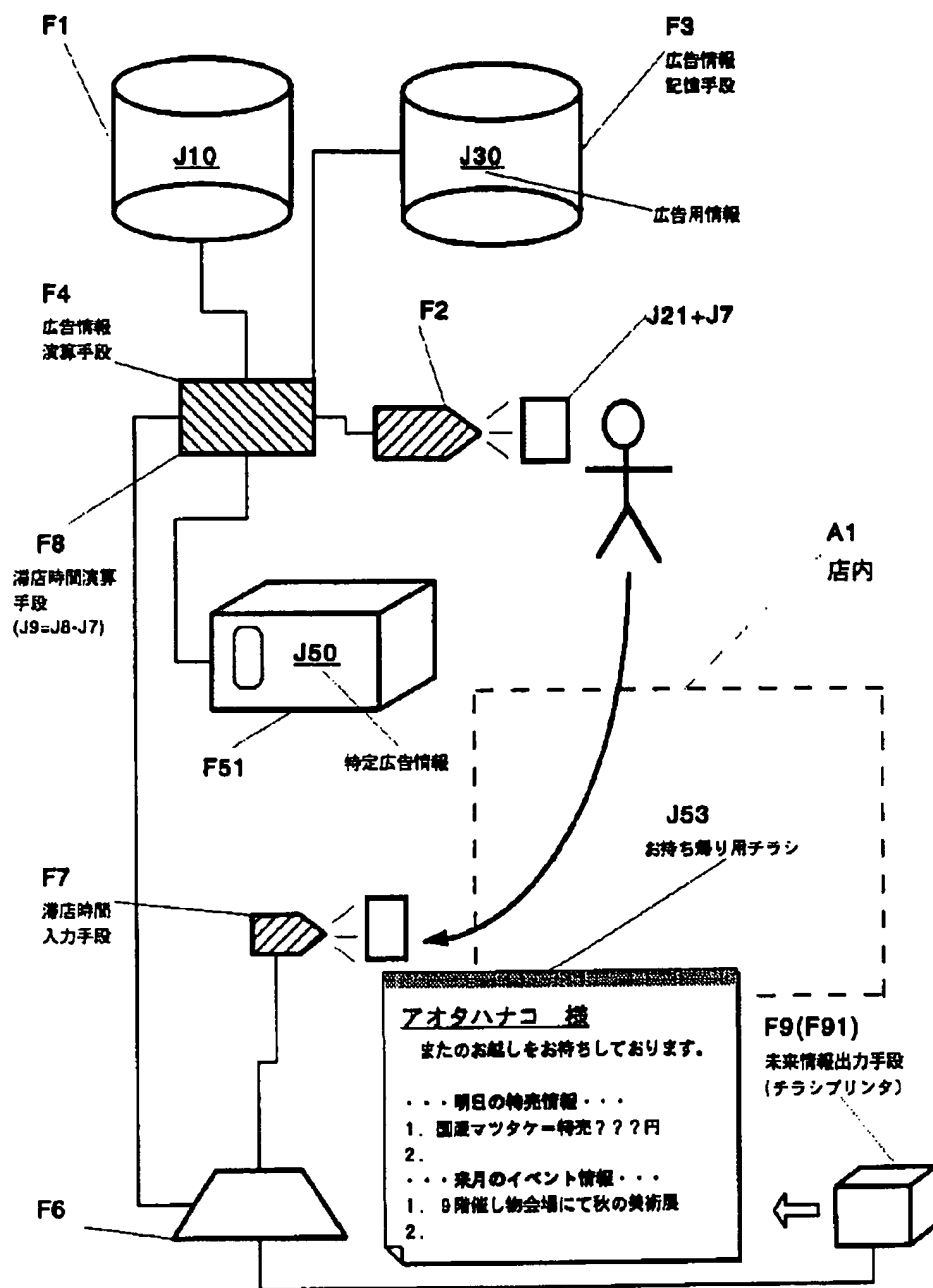
[Drawing 6]



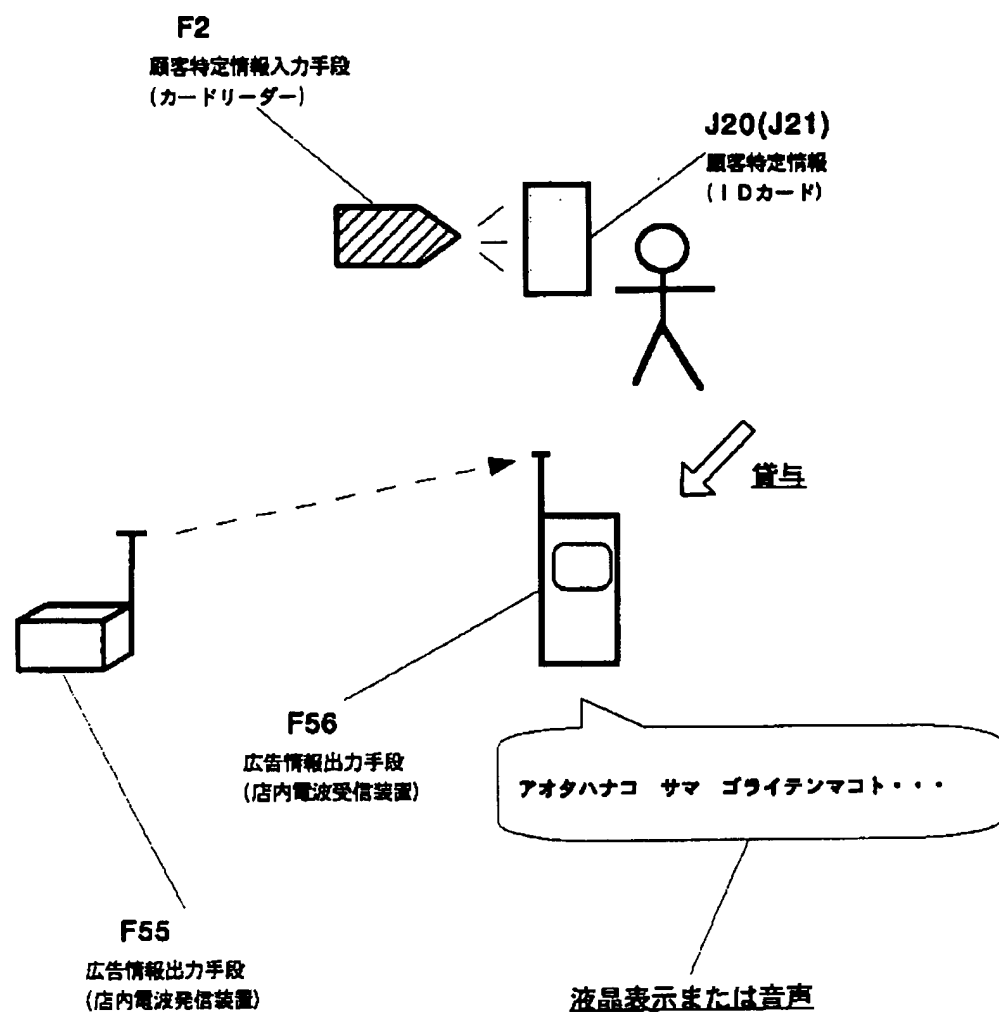
[Drawing 7]



[Drawing 9]



[Drawing 11]



[Drawing 12]

J 5 1
チラシア オ ヨ ハ ナ コ 館

本日はご来店誠にありがとうございます。

・・・本日の特売情報・・・

1. 新さんま = 5尾 199円
2. ティッシュ 5箱 399円

※本日のみ

※貴女に限り

現在位置



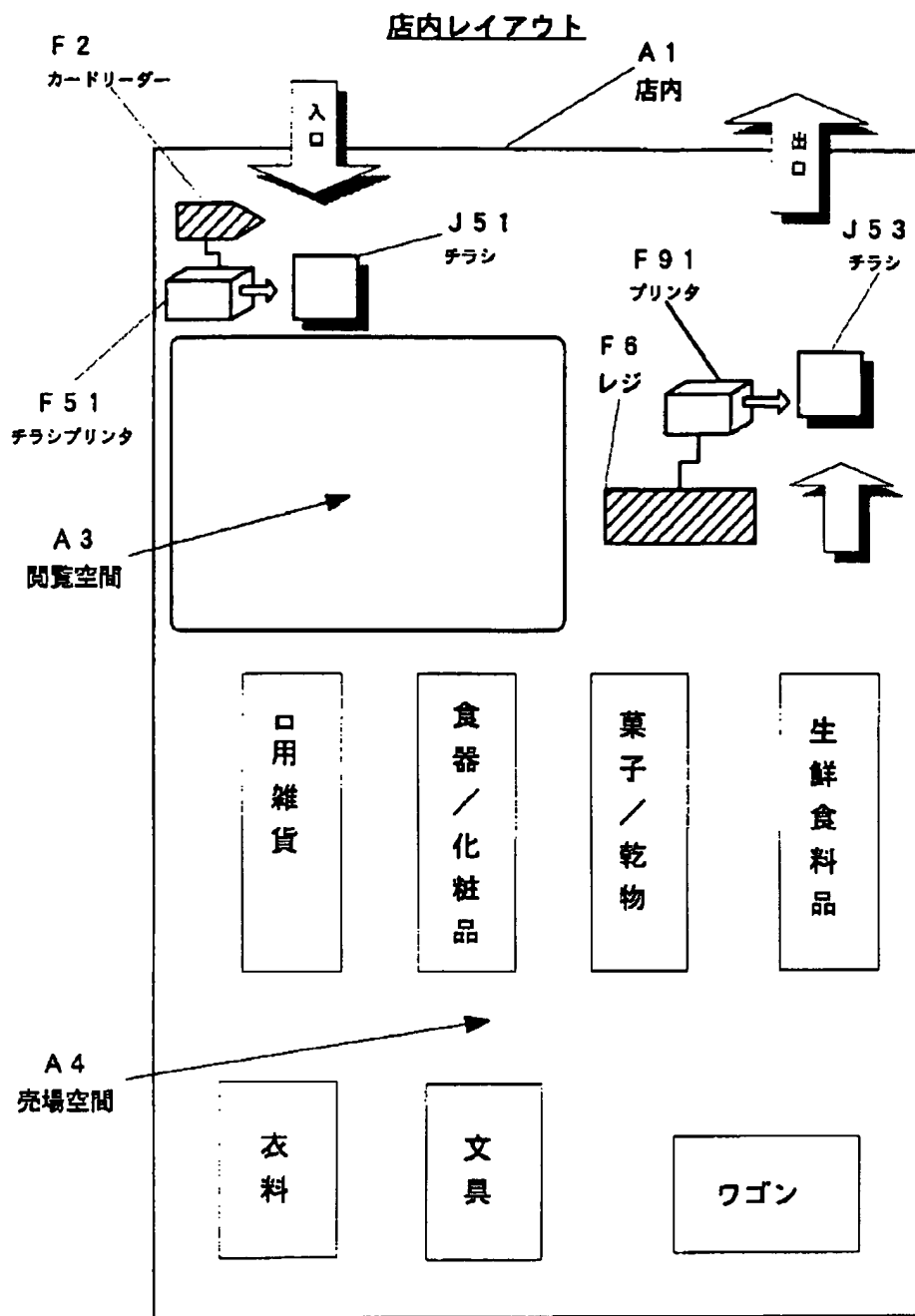
レジ

日用
雑貨食器
／
化粧品菓子
／
乾物生鮮
食料品衣
料文
具**ワゴンセール情報**

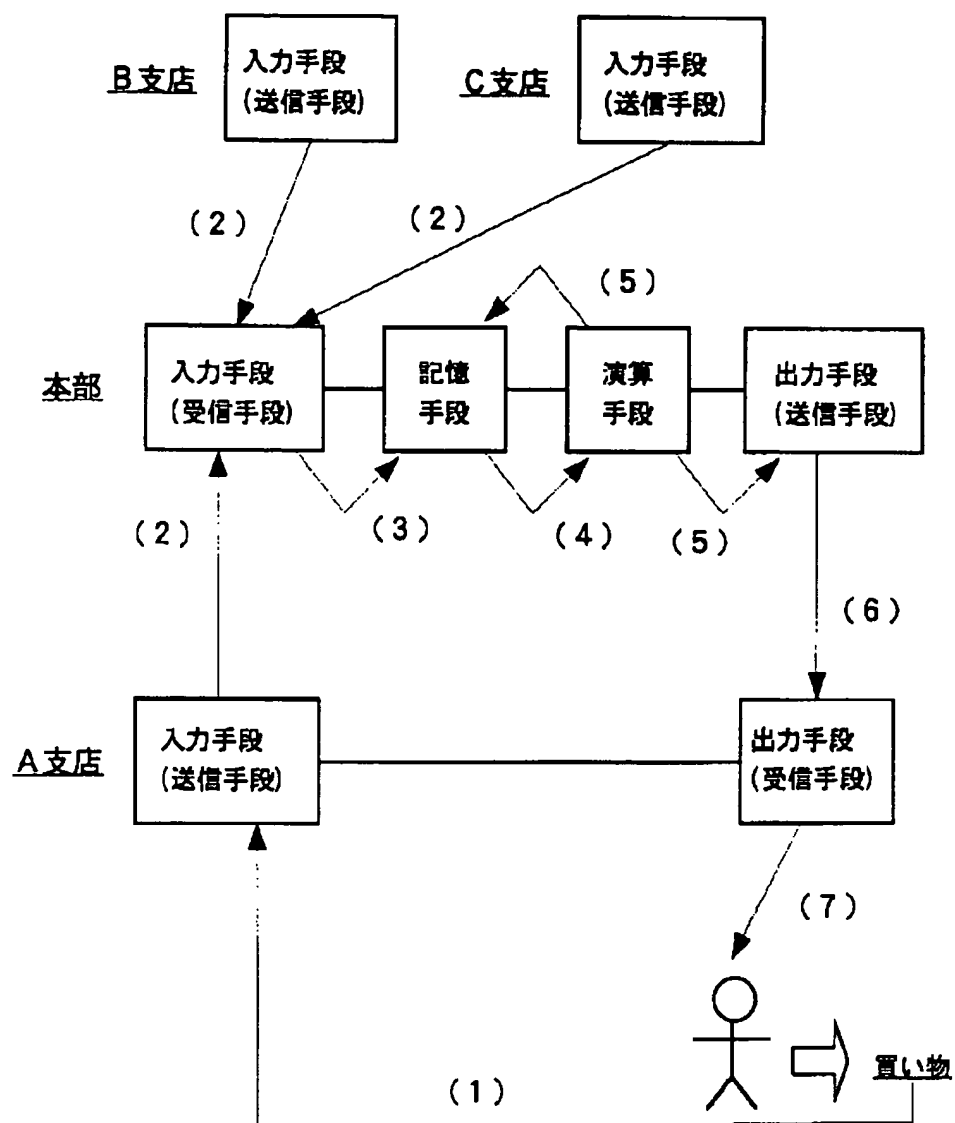
1. 夏物衣料 = 8割引
2. 紳士物シャツ = 全品半額

ワゴン

[Drawing 13]

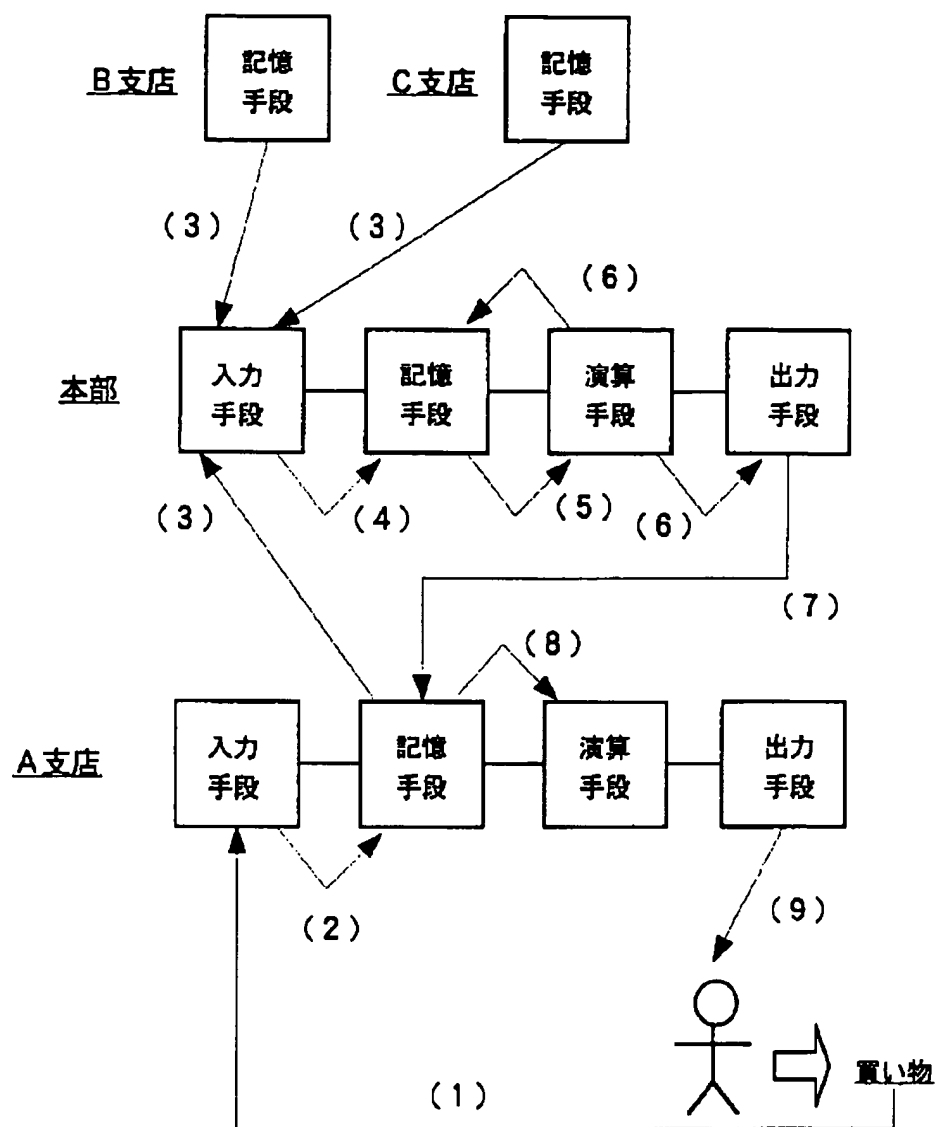


[Drawing 14]



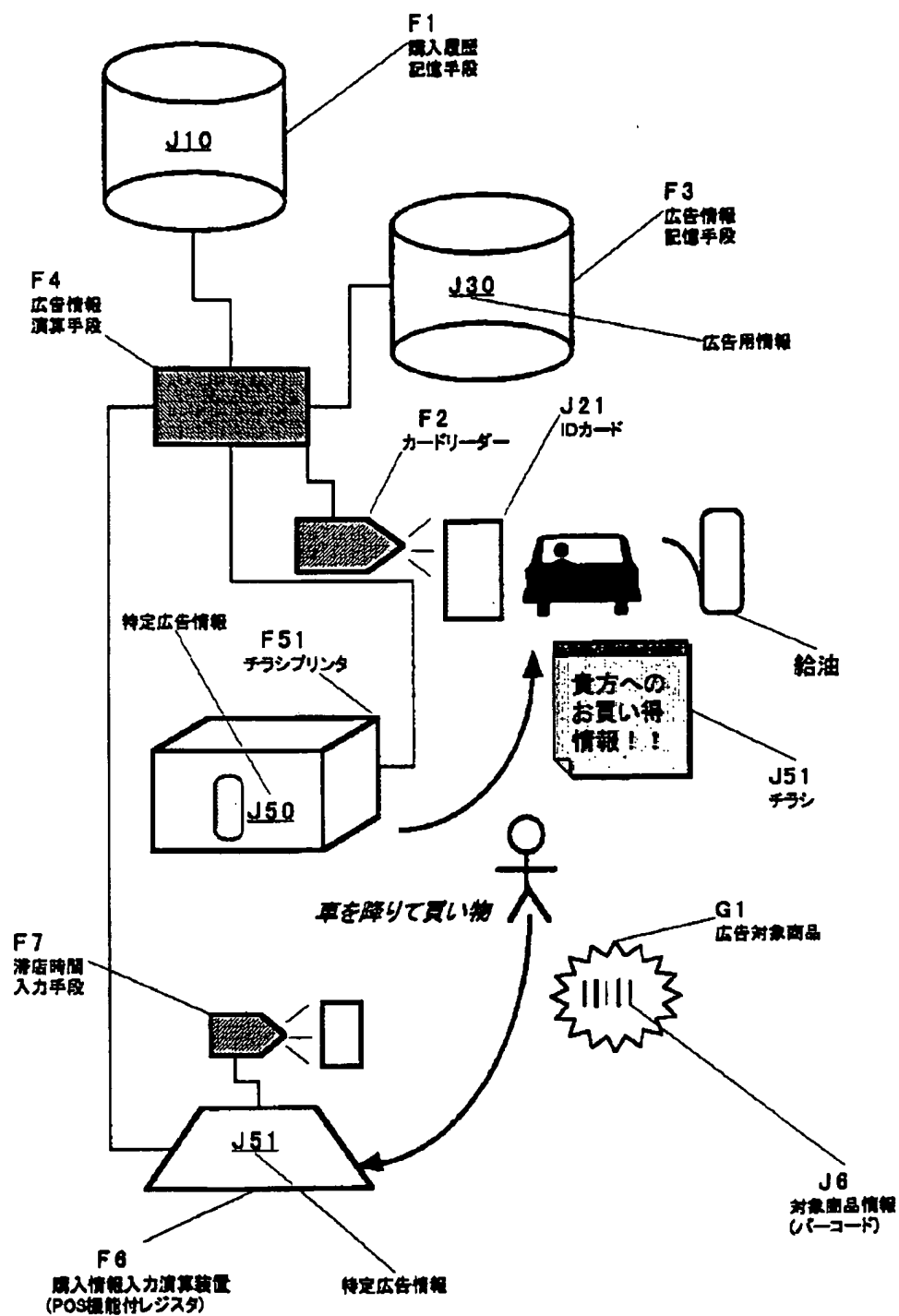
購入履歴情報の流れおよび加工

[Drawing 15]



購入履歴情報の流れおよび加工

[Drawing 16]



[Drawing 17]


事前印刷部分

J51
チラシ

実験系の広告
(実験対象外の場合
には情報系)

パーソナル・メッセージ

カードを
必ずご持参
ください



鈴木太郎 様への本日(8月7日)パーソナル・メッセージ

湘南地区のイベント情報

月 日
〇〇の花火大会

月 日
〇×の花火大会

24時間ドライブスルー洗車

鈴木太郎 様には是非お試
いただきたく、無料券をおつ
けいたしました。

★ワックス洗車無料券
(500円相当)


ハイオクガソリンの効果
この機会に是非お試しください。

鈴木太郎様は、ハイオクガソリンを
買い上げいただいたことがありますか？
ハイオクガソリンには、………な効果
があります。

★ハイオク3円/ℓ
割引券
(11月まで有効)

ワンワンのお車相談室
オイルエレメントの調子は？

オイルエレメントはこんな役割が
あります。
.....
.....

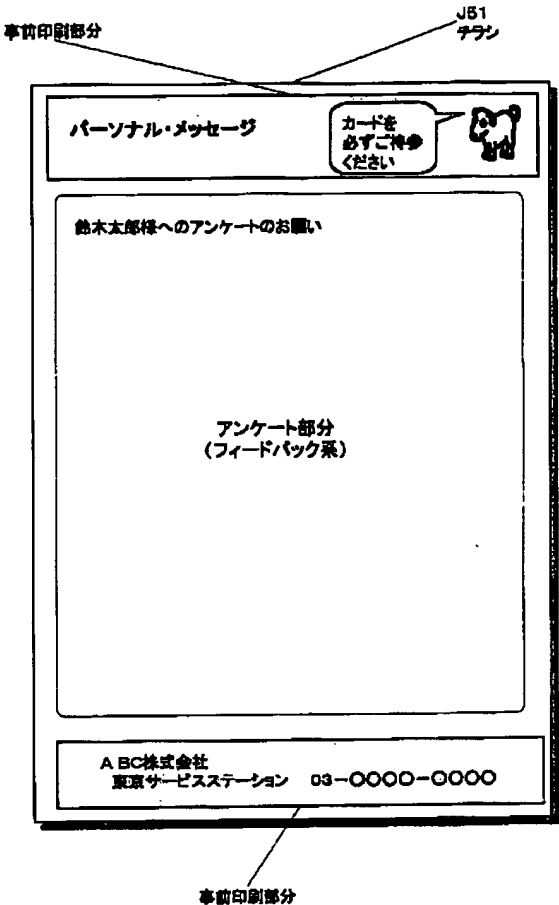


ABC株式会社
東京サービスステーション 03-〇〇〇〇-〇〇〇〇

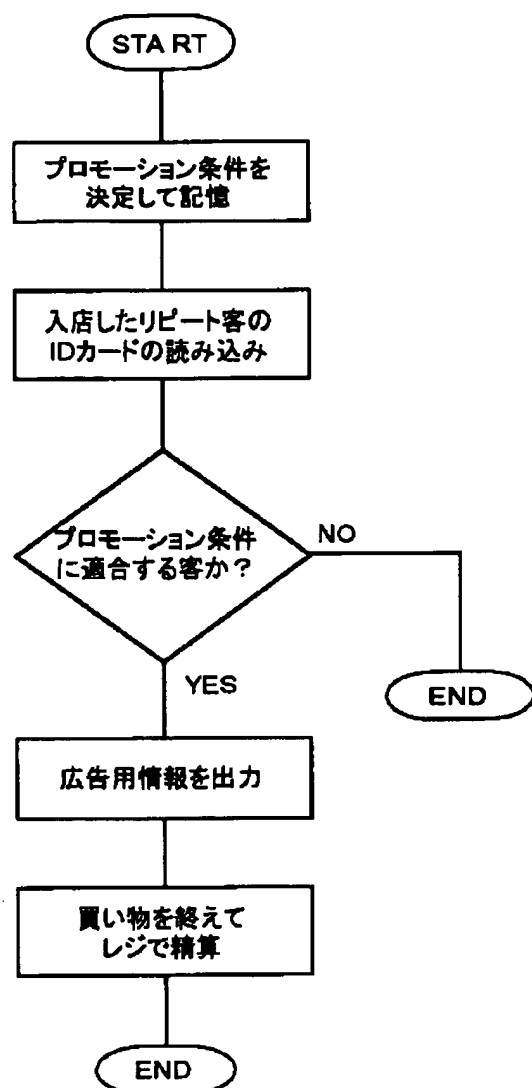
事前印刷部分

必ず情報系の広告

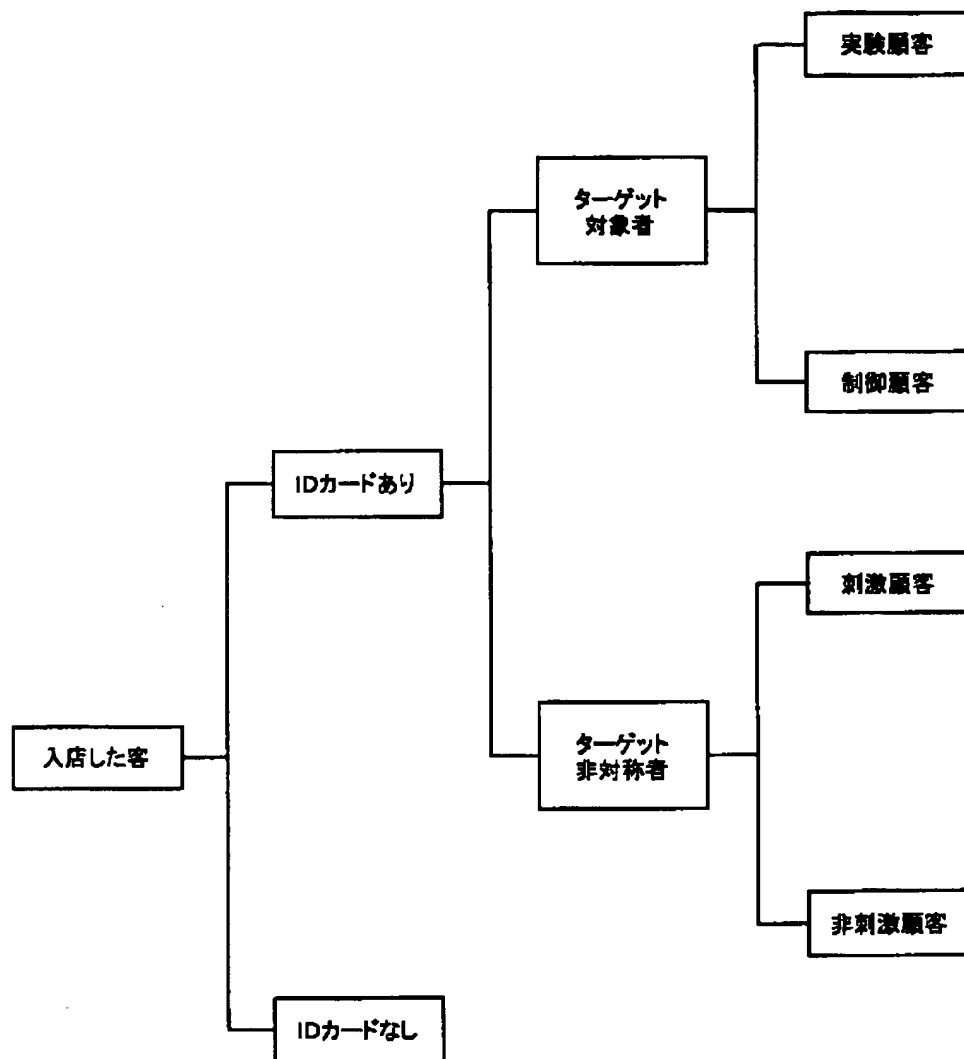
[Drawing 18]



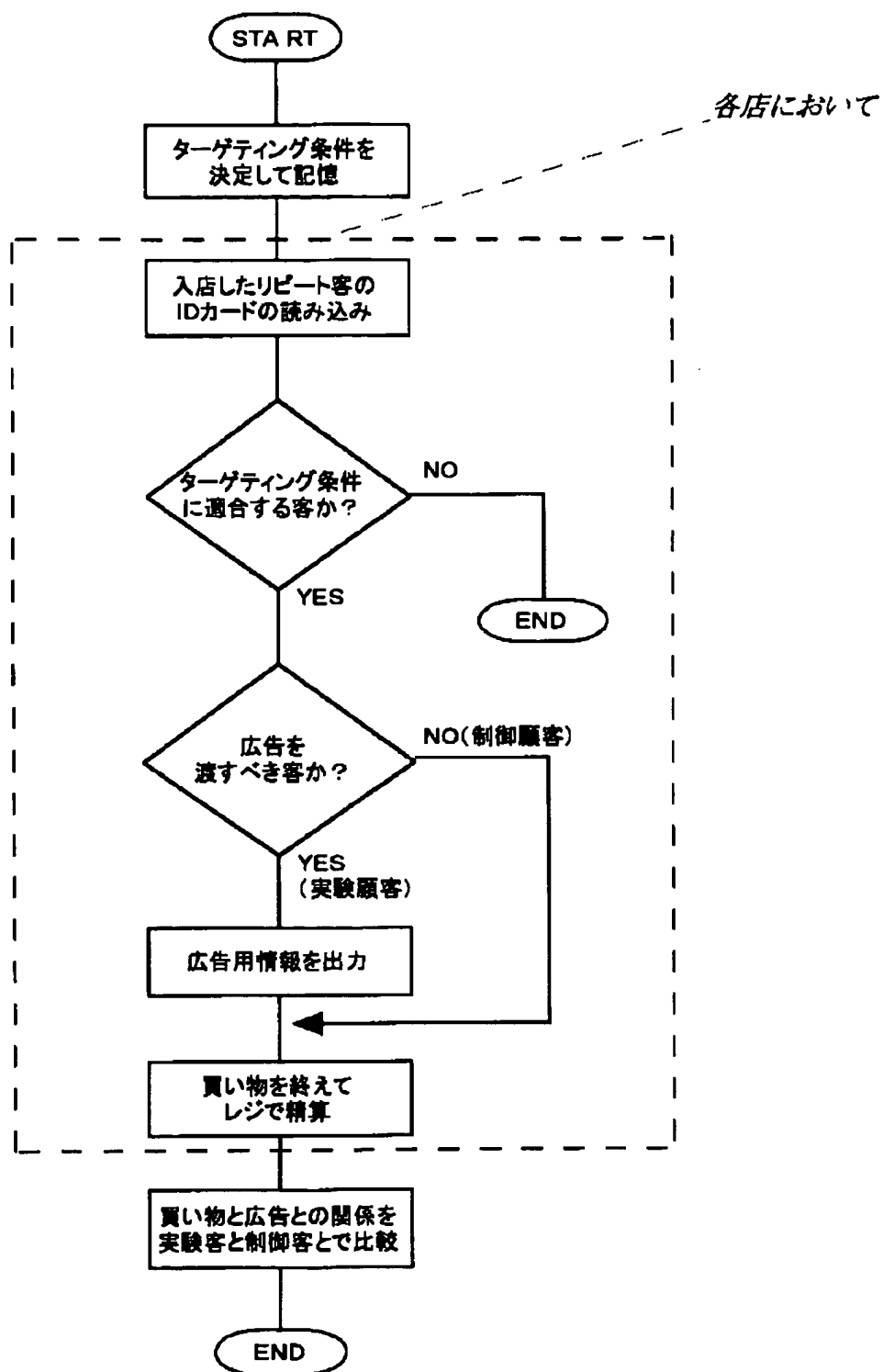
[Drawing 19]



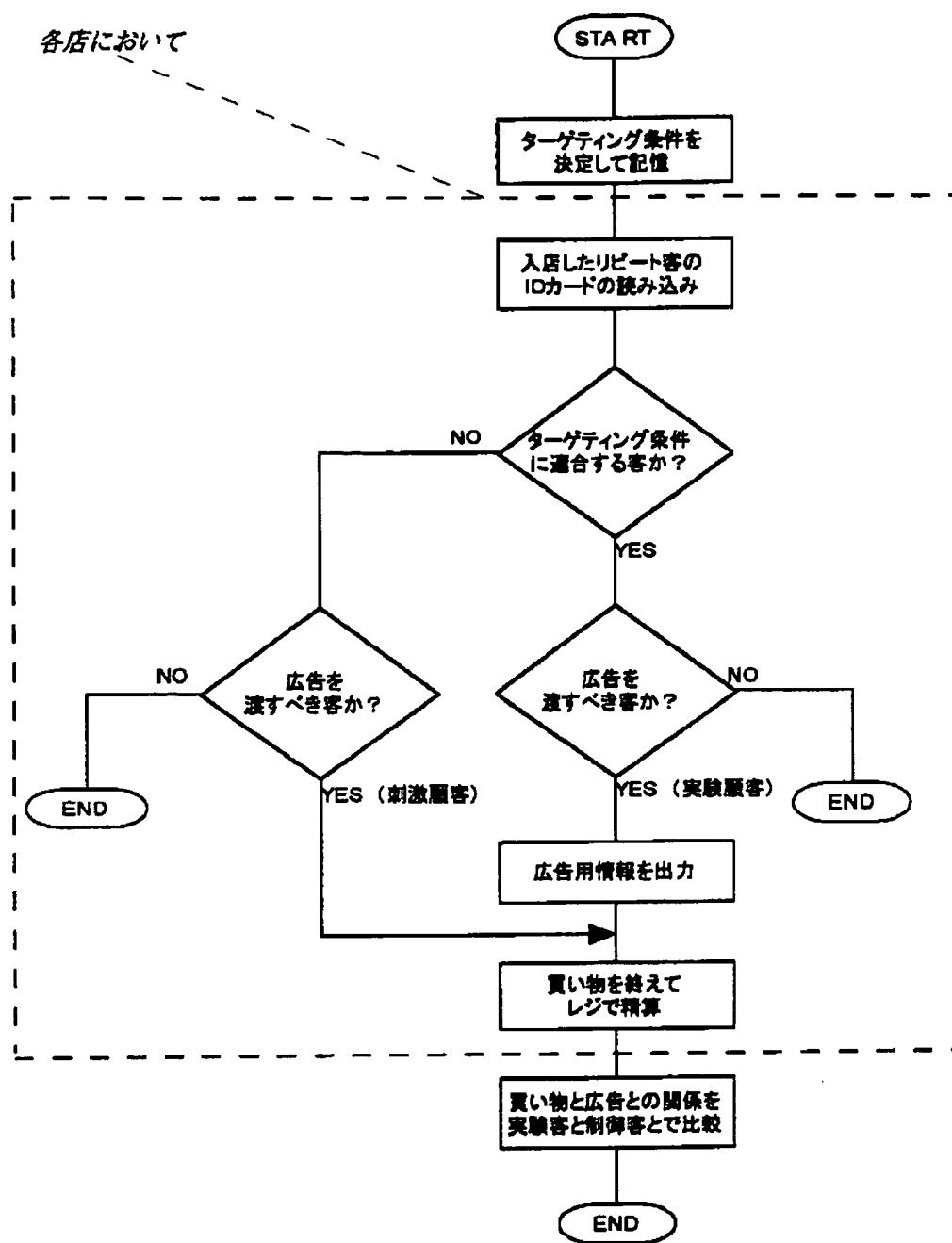
[Drawing 20]



[Drawing 21]



[Drawing 22]



[Drawing 23]

プロモーションID	E010
実験名	セルフ洗車の販売促進
対象条件	洗車購買履歴なし
刺激レベル	2 機械洗車についての正しい情報 お試しクーポン
反応監視条件	フライヤ発進後、セルフ給油やった (2回以上やった)

サンプル割付状況

反応率

	A	B	C
1		情報無	情報有
2	クーポン無	1200	2000
3	クーポン有	2000	2000

非対象者 1000

	A	B	C
1		情報無	情報有
2	クーポン無	24/1200	20/800
3	クーポン有	560/1400	720/1800

非対象者 180/600
30%

発信反応進捗状況

刺激レベル

レベル0	レベル2
レベル1	レベル3

	A	B	C	D
1		サンプル	発信済	反応有
2	刺激レベル0	1200	/	24
3	刺激レベル1	2000	1400	560
4	刺激レベル2	2000	800	20
5	刺激レベル3	2000	1800	720
6	非対象者	1000	600	180

[Translation done.]

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開平11-219481

(43) 公開日 平成11年(1999) 8月10日

(51) Int.Cl. ⁶	識別記号	F I		
G 0 7 G 1/12	3 2 1	G 0 7 G 1/12	3 2 1 Z	
	3 5 1		3 5 1 C	
G 0 6 F 17/60		1/06	D	
G 0 7 G 1/06		G 0 9 F 3/00	E	
G 0 9 F 3/00		B 6 7 D 5/24	B	

審査請求 未請求 請求項の数37 O L (全 38 頁) 最終頁に続く

(21) 出願番号 特願平10-221404

(22) 出願日 平成10年(1998) 8月 5 日

(31) 優先権主張番号 特願平9-327727

(32) 優先日 平 9 (1997) 11月28日

(33) 優先権主張国 日本 (J P)

(71) 出願人 000155469

株式会社野村総合研究所

東京都千代田区大手町二丁目 2 番 1 号

(72) 発明者 鳥山 正博

東京都千代田区大手町 2 - 2 - 1 株式会

社野村総合研究所内

(72) 発明者 笹川 雅幸

東京都千代田区大手町 2 - 2 - 1 株式会

社野村総合研究所内

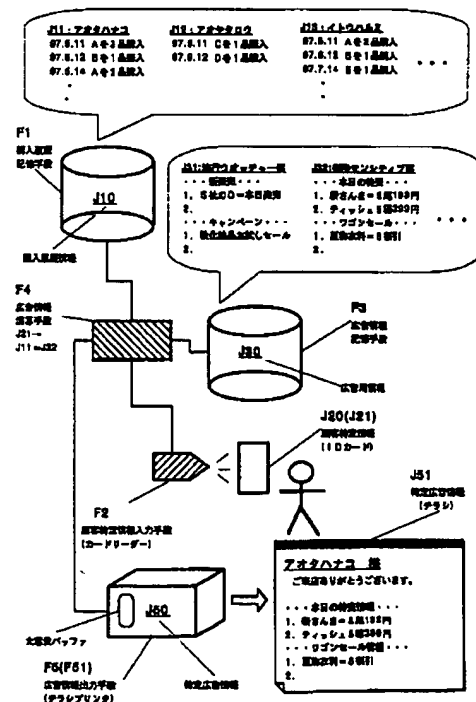
(74) 代理人 弁理士 北村 仁 (外 2 名)

(54) 【発明の名称】 個別広告出力装置、個別広告出力方法および記録媒体

(57) 【要約】

【目的】 個々の顧客に適した広告、割引を行うための個別広告手段を提供することを目的とする。

【構成】 個々の顧客の購入履歴に関する購入履歴情報(J10)に対応した広告用情報(J30)を記憶している広告情報記憶手段(F3)、店舗へ入店した顧客を特定するための顧客特定情報(J2)を入力する顧客特定情報入力手段(F2)、その顧客特定情報(J2)に対応した広告用情報(J30)を呼び出す広告情報演算手段(F4)、および広告用情報(J30)を出力する広告出力手段(F5)、例えばチラシプリンターを備えた個別広告出力装置である。



【特許請求の範囲】

【請求項1】店舗へ入店した顧客に対して個々の顧客に対応した広告を提供するための個別広告出力装置であつて、

個々の顧客の購入履歴に関する購入履歴情報に対応した広告用情報を記憶している広告情報記憶手段と、店舗へ入店した顧客を特定するための顧客特定情報を入力する顧客特定情報入力手段と、その顧客特定情報に対応した広告用情報を呼び出す広告情報演算手段と、広告用情報を出力する広告出力手段とを備えたことを特徴とする個別広告出力装置。

【請求項2】広告出力手段は、広告用情報を一枚の紙媒体に出力するプリンタとし、広告情報演算手段は、広告情報記憶手段の中の複数の広告用情報と購入履歴情報とから優先順位を決定し、一枚の紙媒体に納まるように、出力すべき広告用情報を選択することとした請求項1記載の個別広告出力装置。

【請求項3】紙媒体は、複数区分に分割した広告領域に、区分数に対応した広告用情報を表示するものであつて、

広告情報演算手段は、当該区分数に対応した広告用情報を選択することとした請求項2記載の個別広告出力装置。

【請求項4】顧客特定情報入力手段は、顧客を特定するための顧客特定情報を記録しており、且つ顧客に所有してもらふ顧客所有カードと、その顧客所有カードに記録された顧客特定情報を読み取ることができるカードリーダーと、店舗の店員が顧客に関する顧客補助情報を入力するための補助入力手段とを備えた請求項1、請求項2または請求項3いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項5】補助入力手段は、購入履歴情報が蓄積されていない顧客である旨の顧客特定情報を記録した新規顧客カードを備えるとともに、カードリーダーは、新規顧客カードに記録された顧客特定情報を読み取ることができるように形成した請求項4記載の個別広告出力装置。

【請求項6】補助入力手段は、顧客所有カードを忘れて来店した顧客である旨の顧客特定情報を記録した忘れ客対応カードを備えるとともに、カードリーダーは、忘れ客対応カードに記録された顧客特定情報を読み取ることができるように形成した請求項4記載の個別広告出力装置。

【請求項7】カードリーダーが読み取った顧客特定情報が、所定時間内に前回読み取った顧客特定情報と同じ場合に、広告出力手段が広告用情報を出力しないこととした請求項1乃至請求項6いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項8】カードリーダーが新規顧客カードに記録された顧客特定情報を読み取った場合、広告情報演算手段が呼び出す広告用情報は、新規顧客専用の情報とした請求項5記載の個別広告出力装置。

【請求項9】カードリーダーが忘れ客対応カードに記録された顧客特定情報を読み取った場合、広告情報演算手段が呼び出す広告用情報は、カード忘れ顧客専用の情報とした請求項6記載の個別広告出力装置。

【請求項10】広告情報演算手段は、現在情報を入力することによって、広告用情報を異ならせるように形成した請求項1乃至請求項9いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項11】広告情報演算手段は、現在情報および顧客特定情報入力手段を介して、所定期間内に同じ顧客が再来店したことを把握した場合には、出力する広告用情報を異ならせるようにした請求項10記載の個別広告出力装置。

【請求項12】現在情報は、在庫状況および次回仕入れまでの時間とした請求項10記載の個別広告出力装置。

【請求項13】広告情報演算手段は、未来情報を入力することによって、広告用情報を異ならせるように形成した請求項1乃至請求項12いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項14】店舗は、その中に複数の小規模店舗を備え、その小規模店舗の一または複数には、当該小規模店舗の商品に関する広告用情報を出力する小規模広告出力手段を備えた請求項1乃至請求項13いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項15】広告用情報を入店した顧客が受け取らなかった場合に、受け取り拒否情報を入力する拒否情報入力手段と、

その受け取り拒否情報を記憶する拒否情報記憶手段とを備えた請求項1乃至請求項14いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項16】広告情報記憶手段には、広告を受け取らなかった顧客のための拒否客用広告情報を記憶しておき、

広告情報演算手段は、受け取り拒否情報と顧客特定情報とを対応させ、拒否客用広告情報を呼び出すこととした請求項15記載の個別広告出力装置。

【請求項17】広告情報演算手段は、受け取り拒否情報と顧客特定情報とを対応させ、広告出力手段は、広告用情報を出力しないこととした請求項15記載の個別広告出力装置。

【請求項18】顧客が購入する商品を精算するための購入情報入力演算手段を備え、その購入情報入力演算手段は、精算した購入商品の情報を個々の顧客の購入履歴情報に追加することとした請求項1乃至請求項14いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項19】購入情報入力演算手段は、精算する商品が個別広告情報に含まれている広告対象商品であるか否かを判断し、広告対象商品である場合には、個別広告情報の条件に従った精算を行うことができるように形成し

た請求項 18 記載の個別広告出力装置。

【請求項 20】顧客が店舗に入った入店時間を入力する入店時間入力手段と、顧客が店舗から出る退店時間を入力する退店時間入力手段と、入店時間および退店時間から滞在時間情報を演算する滞在時間演算手段と、滞在時間情報を記憶する滞在時間記憶手段とを備えた請求項 1 乃至請求項 19 いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項 21】顧客の退店情報を確認する退店情報入力手段と、その退店情報の入力を受けて持ち帰り用広告情報を出力する未来情報出力手段とを備えたことを特徴とする請求項 1 乃至請求項 20 いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項 22】持ち帰り用広告情報は、個々の顧客の特性に基づいた個別広告情報としたことを特徴とする請求項 21 記載の個別広告出力装置。

【請求項 23】広告情報出力手段は、電波による情報発信装置および受信装置の組み合わせであることを特徴とする請求項 1 乃至請求項 22 いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項 24】広告用情報には、店舗のレイアウトを表示することとした請求項 1 乃至請求項 23 いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項 25】広告用情報には、アンケート部分を表示することとした請求項 1 乃至請求項 24 記載の個別広告出力装置。

【請求項 26】広告用情報の一部には、クーポン券を表示することとした請求項 1 乃至請求項 25 いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項 27】店舗内の空間には、商品またはサービスを提供する空間と、顧客特定情報入力手段の設置場所との間に、広告用情報を閲覧するための閲覧空間を備えたことを特徴とする請求項 1 乃至請求項 26 いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項 28】過去に一の支店にて買い物をした顧客の購入履歴情報を支店の本部において多数記録し、その購入履歴情報から、顧客ごとに適した広告を提供するための個別広告出力装置であって、

個々の顧客の購入履歴情報に関する購入履歴情報を記憶している購入履歴記憶手段と、顧客の購入履歴情報に対応した広告として顧客ごとに用意した個別の広告用情報を記憶する広告情報記憶手段と、一の支店店舗へ入店した顧客を特定するための顧客特定情報を入力する顧客特定情報入力手段と、その顧客特定情報に対応した広告用情報を呼び出す広告情報演算手段と、当該一の支店店舗において広告用情報を出力する広告出力手段とを備えたことを特徴とする個別広告出力装置。

【請求項 29】顧客特定情報入力手段は、一の支店の顧客である旨を特定するための顧客特定情報を記録しており、且つ顧客に所有してもらう支店顧客所有カードと、その支店顧客所有カードに記録された顧客特定情報を読

み取ることができるカードリーダーと、店舗の店員が顧客に関する顧客補助情報を入力するための補助入力手段とを備えたことを特徴とする請求項 28 記載の個別広告出力装置。

【請求項 30】補助入力手段は、購入履歴情報が蓄積されていない顧客である旨の顧客特定情報を記録した新規顧客カードを備えるとともに、カードリーダーは、新規顧客カードに記録された顧客特定情報を読み取ることができるように形成したことを特徴とする請求項 29 記載の個別広告出力装置。

【請求項 31】補助入力手段は、顧客所有カードを忘れて来店した顧客である旨の顧客特定情報を記録した忘れ客対応カードを備えるとともに、カードリーダーは、忘れ客対応カードに記録された顧客特定情報を読み取ることができるように形成したことを特徴とする請求項 29 記載の個別広告出力装置。

【請求項 32】カードリーダーが読み取った顧客特定情報が、所定時間内に前回読み取った顧客特定情報と同じ場合に、広告出力手段が広告用情報を出力しないこととした請求項 29、請求項 30 または請求項 31 記載の個別広告出力装置。

【請求項 33】カードリーダーが新規顧客カードに記録された顧客特定情報を読み取った場合、広告情報演算手段が呼び出す広告用情報は、新規顧客専用の情報としたことを特徴とする請求項 29 記載の個別広告出力装置。

【請求項 34】カードリーダーが忘れ客対応カードに記録された顧客特定情報を読み取った場合、広告情報演算手段が呼び出す広告用情報は、カード忘れ顧客専用の情報としたことを特徴とする請求項 31 記載の個別広告出力装置。

【請求項 35】広告情報記憶手段は、支店毎に設けたことを特徴とする請求項 28 乃至請求項 34 いずれかに記載の個別広告出力装置。

【請求項 36】店舗へ入店した顧客に対して個々の顧客に対応した広告を提供するための個別広告出力方法であって、

個々の顧客の購入履歴に関する購入履歴情報に対応した広告用情報を予め記憶する広告情報記憶手順と、店舗へ入店した顧客を特定するための顧客特定情報を入力する顧客特定情報入力手順と、その顧客特定情報を用いた広告用情報を呼び出す広告情報演算手順と、広告用情報を出力する広告出力手順とを備えた個別広告出力方法。

【請求項 37】コンピュータに、店舗へ入店した顧客に対して個々の顧客に対応した広告を提供するための個別広告出力を行わせるプログラムを記録した媒体であって、

個々の顧客の購入履歴に関する購入履歴情報に対応した広告用情報を記憶している広告情報記憶手順と、店舗へ入店した顧客を特定するための顧客特定情報を入力する

顧客特定情報入力手順と、その顧客特定情報を用いた広告用情報と呼び出す広告情報演算手順と、広告用情報を出力する広告出力手順とを、コンピュータに実行させるためのプログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明が属する技術分野】この発明は、個々の顧客に適した広告を行うための個別広告に関する装置、方法等に関するものである。

【0002】

【先行技術】（単なるチラシ）商品、サービスの販売促進の手段としては、古来、広告という手段が広く使われてきた。中でも、店舗の前や店舗内で配布されるチラシ（フライヤー）などは、マスメディアを使用していないので費用が比較的安く済み、資本力のない小さな店舗でも行うことができる。

【0003】最近では、チラシの効果を高めるため、顧客の細分化を行い、ターゲットとなる顧客にのみチラシやクーポンを配るということは、従来から行われてきた。例えば、若い女性にのみ配る、特定商品を購入してくれた客にのみ配る、特定の売り場へ来てくれた客にのみ配る、などである。

【0004】（ダイレクトメール）配達される新聞に折り込まれるいわゆる「折り込み広告」よりも高い効果を狙って、顧客の氏名、住所などのデータを入手してダイレクトメールを出すという広告手段も行われてきた。近年では、クレジットカードによる個人データと購買履歴データに基づき、特定商品の購入経験がある顧客のみへダイレクトメールを送る、といった手法もある。

【0005】（店員による個別対応）顧客の顔とニーズとを覚えた店員が、顧客のニーズに合わせた対応をする、ということを行うサービスもある。

【0006】（マーケティング用語の定義）通常、マーケティングの分野では、プロモーション（promotion）という言葉は、販売促進（セールスプロモーション）と広告とに分類される。また、プロモーション条件とは、ターゲットに関わる条件（ターゲティング条件）、タイミングに関わる条件、刺激レベルに関わる条件、および実験対象／制御対象に関わる条件の4条件がある。

【0007】

【発明が解決しようとする課題】単なるチラシでは、顧客個人のニーズに対応できない。チラシを配るべき顧客の細分化を試みても、個人データや購買履歴データに基づいた配布は行われていない。

【0008】一方、ダイレクトメールは、手間やコストがかかる上、郵送された先で開封されるので物理的な距離があり、心理的にも購買行動からは遠い。

【0009】店員による個別対応にいたっては、完全に店員という個人に依存しており、機械化ができない。

【0010】本発明が解決すべき課題は、個々の顧客に適した広告を行うための個別広告の技術を提供することにある。

【0011】ここで、請求項1乃至請求項35記載の発明の目的は、個々の顧客に適した広告を行うための個別広告装置を提供することである。

【0012】また、請求項36記載の発明の目的は、個々の顧客に適した広告を行うための個別広告方法を提供することである。

10 【0013】また、請求項37記載の発明の目的は、個々の顧客に適した広告を行うための個別広告プログラムをコンピュータに実行させるためのプログラム記録媒体を提供することである。

【0014】

【課題を解決するための手段】本発明は、上記した目的を達成するためのものである。

（請求項1）請求項1記載の発明は、店舗へ入店した顧客に対して個々の顧客に対応した広告を提供するための個別広告出力装置であって、個々の顧客の購入履歴に関する購入履歴情報(J10)に対応した広告用情報(J30)を記憶している広告情報記憶手段(F3)と、店舗へ入店した顧客を特定するための顧客特定情報(J2)を入力する顧客特定情報入力手段(F2)と、その顧客特定情報(J2)を用いた広告用情報(J30)と呼び出す広告情報演算手段(F4)と、広告用情報(J30)を出力する広告出力手段(F5)とを備えたことを特徴とする。

30 【0015】（用語説明）「店舗」とは、商品またはサービスを提供可能な空間またはシステムのことである。一の店舗、デパートやスーパーマーケットのように一の店舗で多数種の商品やサービスを扱う店舗の他、複数の専門店を連ねたようなモール街も、ここにいう店舗に含まれるものとする。また、スタンドアローンの店であるか、チェーン店であるかを問わない。また通常は、物理的な空間をしめる店舗である。店舗の種類によっては、サービス以外の商品とサービスとを購入できる。例えば、店舗がガソリンスタンドであれば、ガソリンという商品、洗車というサービスを購入できる。

40 【0016】「購入履歴情報(J1)」とは、顧客が過去に何を購入したかの記録である。通常、購入した品名、個数、価格、日時などの情報となる。いわゆるPOS情報を、特定の顧客の情報（顧客特定情報＝ID）と結び付けておく。

50 【0017】「顧客特定情報(J2)」とは、顧客とその顧客の購入履歴情報(J1)とを一致させるための情報である。通常、当該顧客に所有してもらうIDカード(J21)に、磁気やバーコードなどによって記録した情報であり、顧客特定情報入力手段(カードリーダーF2)によって入力する。ただし、IDカードに限られるものではなく、電話番号、車のナンバープレートなどでもよい。前記したIDカードとそのカードリーダーとの組み合わせ

のほか、非接触型のカードとそのカードが近くに存在することを検知するセンサーとの組み合わせ、車のナンバーとそのナンバープレートを読み取るリーダーなどもある。カードリーダーをレジスターに設けてもよい。店舗が銀行などの金融業の場合には、キャッシュカードでもよい。

【0018】「顧客の購入履歴に対応した広告用情報(J30)」とは、「購入履歴情報(J1)」に基づいて分析し、個々の顧客用にカスタマイズして予め用意した情報である。購入履歴データによって顧客をグループ化した場合には、そのグループに対応する広告である。ある顧客がいくつかのグループにまたがって属する場合には、広告出力手段(F5)においては、組み合わせて出力されるようにしてもよい。

【0019】ここで、広告用情報(J30)とは、例えば、新商品の紹介、売上げ増大のための情報などである。更に具体的には特売商品や割引商品の案内、店内イベントの案内などである。個々の顧客に合わせた情報であるので、二人の顧客が同時に受け取った情報であっても、通常はその情報内容が異なる。ある顧客に対してのみ特定商品を割引する旨の広告をしたり、レシピを提供したりすることもできるし、前回のショッピング時に広告対象商品を買ってもらった旨のお礼文を掲載したりすることもできる。

【0020】ネガティブ情報（例えば前回のショッピング時に購入した商品が事故品であった場合に回収のお願い）なども、広く広告用情報(J30)に含まれる。

【0021】「広告出力手段(F5)」とは、入店した顧客が個別広告情報を知りうる状態にする出力手段である。最も一般的な手段は、いわゆる「チラシ」として紙媒体に印刷するプリンタである。広告用情報(J30)をそのまま出力してもよいが、顧客特定情報(J20)と広告用情報(J30)とを組み合わせるなどして、出力用の特定広告情報(J50)へ加工してから出力することとしてもよい。

【0022】また、買い物を終えての精算時にレジスターにおいてIDカードを読む場合、レシートあるいは別の用紙に、広告用情報(J30)を印刷するという手段も、この「広告出力手段(F5)」の概念に含まれるものとする。

【0023】広告出力手段としてキャッシュディスプレイを用いる場合には、その画面表示に広告を出力することとしてもよい。

【0024】広告出力手段は、複数種類の広告用情報を、規則的または不規則的に出力することもできる。ここで、「規則的」な出力とは、例えば広告用情報の種類が四種類であるとしたら、その四種類を、順々に出力すること、あるいは例えば、一つ目を3回、二つ目および三つ目を2回、四つ目を1回というようにサイクリックに出力することである。「不規則的」な出力とは、例えばランダムに自動的な割付にて出力することである。

【0025】（作用）まず、本願発明に係る個別広告出力装置が設置されている店舗へ入店した者は、店舗に対して、自らを特定するための顧客特定情報(J2)を入力して登録し、顧客となる。顧客特定情報(J2)は、店舗へ入店した顧客によって、顧客特定情報入力手段(F2)を介して、入力される。そして、買い物またはサービスの提供を受けると、その情報は、顧客特定情報(J2)と一致させて購入履歴情報(J10)となり、店舗へ蓄積される。

【0026】再び店舗へ入店した顧客は、顧客特定情報(J2)を入力してから入店する。すると、顧客特定情報入力手段(F2)が顧客を特定するための顧客特定情報(J2)を入力する。すると、広告情報演算手段(F4)がその顧客特定情報(J2)に対応した広告用情報(J30)を呼び出し、広告出力手段(F5)がその広告用情報(J30)を出力する。

【0027】このように、顧客は、自らの購入履歴情報(J10)に基づいた広告を受け取ることができる。

【0028】（請求項2）請求項2記載の発明は、請求項1記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告出力手段(F5)は、広告用情報(J30)を一枚の紙媒体(J51)に出力するプリンタ(F51)とし、広告情報演算手段(F4)は、広告情報記憶手段(F3)の中の複数の広告用情報(J30)と購入履歴情報(J10)とから優先順位を決定し、一枚の紙媒体(J51)に納まるように、出力すべき広告用情報(J30)を選択することとした個別広告出力装置に係る。

【0029】（用語説明）一枚の紙媒体(J51)とは、例えばA4版のペーパーである。両面印刷としてもよい。文字のほか、絵柄や写真なども取り込むため、現在ではHTML方式としている。

【0030】なお、予め決まっている絵柄や文章がある場合には、事前に印刷しておき、プリントアウトまでの時間を節約する。

【0031】（作用）広告情報演算手段(F4)が、広告情報記憶手段(F3)の中の複数の広告用情報(J30)と購入履歴情報(J10)とから優先順位を決定し、一枚の紙媒体(J51)に納まるように、出力すべき広告用情報(J30)を選択する。そして、プリンタ(F51)によって印刷する。（請求項3）請求項3記載の発明は、請求項2記載の個別広告出力装置を限定したものであり、紙媒体(J51)は、複数区分に分割した広告領域に、区分数に対応した広告用情報(J30)を表示するものであって、広告情報演算手段(F4)は、当該区分数に対応した広告用情報(J30)を選択することとした個別広告出力装置に係る。

【0032】（用語説明）「複数区分」とは、例えば縦横2つ、合計4区分とし、それぞれ4区分に別々の広告内容を表示するものである。例えば、商品の紹介や情報（いわゆる情報系）、キャンペーンの内容（いわゆる実験系）などを取り合わせて選択する。通常、少なくともひとつは情報系の広告とする。（作用）広告情報演算手段(F4)は、当該区分数に対応した広告用情報(J30)を選択するので、見やすいものとなる。また、全く自由なレ

アウトを組んで出力する場合と異なり、メモリーやCPUへの負担が小さい。

【0033】（請求項4）請求項4記載の発明は、請求項1、請求項2または請求項3記載の個別広告出力装置を限定したものであり、顧客特定情報入力手段は、顧客を特定するための顧客特定情報(J2)を記録しており、且つ顧客に所有してもらった顧客所有カード(例えばIDカードJ21)と、その顧客所有カード(J21)に記録された顧客特定情報(J2)を読み取ることができるカードリーダー(F2)と、店舗の店員が顧客に関する顧客補助情報を入力するための補助入力手段とを備えた個別広告出力装置に係る。

【0034】（用語説明）「補助入力手段」とは、テンキー、キーボード、タッチパネル、タッチペンとタッチパネルとの組み合わせ、音声入力装置などである。

【0035】（作用）顧客所有カードとそのカードリーダーとによれば、店舗の店員の負担が小さく、顧客の特定も確実に行える。また、カードを忘れた顧客の生年月日などを聞き出して補助入力装置を用いて入力することによって顧客を特定し、カードを持ってきたときと同じように扱うことも可能である。

【0036】（請求項5）請求項5記載の発明は、請求項4記載の個別広告出力装置を限定したものであり、補助入力手段は、購入履歴情報(J1)が蓄積されていない顧客（新規顧客）である旨の顧客特定情報を記録した新規顧客カードを備えるとともに、カードリーダー(F2)は、新規顧客カードに記録された顧客特定情報を読み取ることができるように形成した個別広告出力装置に係る。

【0037】（作用）店舗の店員は、カードリーダーに新規顧客カードへ記録された顧客特定情報を読み取らせればよく、新規顧客であっても、通常の顧客のように扱うことができる。

【0038】（請求項6）請求項6記載の発明は、請求項4記載の個別広告出力装置を限定したものであり、補助入力手段は、顧客所有カードを忘れて来店した顧客である旨の顧客特定情報を記録した忘れ客対応カードを備えるとともに、カードリーダーは、忘れ客対応カードに記録された顧客特定情報を読み取ることができるように形成した個別広告出力装置に係る。

【0039】（作用）店舗の店員は、カードリーダーに忘れ客対応カードへ記録された顧客特定情報を読み取らせればよく、カード忘れ顧客であっても、通常の顧客のように扱うことができる。

【0040】（請求項7）請求項7記載の発明は、請求項1乃至請求項6記載の個別広告出力装置を限定したものであり、顧客特定情報入力手段(F2)が読み取った顧客特定情報(J2)が、所定時間内に前回読み取った顧客特定情報(J21)と同じ場合に、広告出力手段(F5)が広告用情報(J30)を出力しないこととした個別広告出力装置に係る。

【0041】（用語説明）所定時間内とは、通常、同じカードを続けて読ませるくらいの短い時間を想定する。

【0042】（作用）広告出力手段が同じ広告用情報をたくさんプリントすることを防止できる。これにより、例えば広告用情報(J30)に割引券が添付されているような場合に、不当にたくさんの割引券を入手するということ防止できる。

【0043】（請求項8）請求項8記載の発明は、請求項5記載の個別広告出力装置を限定したものであり、カードリーダーが新規顧客カードに記録された顧客特定情報を読み取った場合、広告情報演算手段が呼び出す広告用情報は、新規顧客専用の情報とした個別広告出力装置に係る。

【0044】（用語説明）新規顧客専用の情報とは、一律の情報であるが、一種類に限られず、複数種類を用意しておいて、ランダムに選んだり、規則的に循環させたりすることもできる。例えば、「ご入会有り難うございました。」などの挨拶、店舗の一般的な説明、特売品の案内、キャンペーンなど、あるいはそれらの情報を組み合わせたものなどである。

【0045】（作用）新規顧客に対応し、例えば新規顧客に対して専用に用意した広告（例えば、「ご入会有り難うございます」等の挨拶を含んだ広告）を出力することができる。

【0046】（請求項9）請求項9記載の発明は、請求項6記載の個別広告出力装置を限定したものであり、カードリーダー(F2)が忘れ客対応カードに記録された顧客特定情報を読み取った場合、広告情報演算手段(F4)が呼び出す広告用情報(J30)は、カード忘れ顧客専用の情報としたことを特徴とする。

【0047】（用語説明）カード忘れ顧客専用の情報とは、補助入力手段によって顧客の特定が行えなかった場合には一律の情報とし、そうでない場合には一律の情報と当該顧客専用の情報との組み合わせ情報とする。

【0048】一律の情報は、一種類に限られず、複数種類を用意しておいて、ランダムに選んだり、規則的に循環させたりすることもできる。例えば、「ポイントが貯まらないので、次回のご来店の際にはカードをお忘れなく」などの注意喚起を一律の情報を必ず入れるとする。

【0049】（作用）カード忘れ顧客に対応し、専用に用意した広告（例えば、「次回のご来店の際にはカードをお忘れなく」等の注意を含んだ広告）を出力することができる。

【0050】（請求項10）請求項10記載の発明は、請求項1乃至請求項9記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告情報演算手段は、現在情報を入力することによって、広告用情報を異ならせるように形成した個別広告出力装置に係る。

【0051】（用語説明）概念的には、現在情報の入力手段、現在情報を一旦記憶する記憶手段が存在し、広告

情報演算手段が、顧客特定情報や現在情報を用いて広告用情報を特定するのである。

【0052】ここで「現在情報」とは、顧客の行動に影響を及ぼす可能性のある現在における情報のことをいう。例えば、現在の時刻、気温、湿度など気象に関するデータ、為替レートなどのひとつあるいはそれらの組み合わせである。

【0053】（作用）広告情報演算手段は、現在情報の種類によって、広告用情報を異ならせるので、変化に富んだ広告を出力できる。例えば、時刻が17時頃の場合、特売食料品の購入履歴が多い顧客に対しては特売情報を、酒類の購入履歴が多い顧客に対しては地ビール入荷の情報を、それぞれ広告する、などである。

【0054】（請求項11）請求項11記載の発明は、請求項10記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告情報演算手段は、現在情報および顧客特定情報入力手段を介して、所定期間内に同じ顧客が再来店したことを把握した場合には、出力する広告用情報を異ならせるようにした個別広告出力装置に係る。

【0055】（作用）広告情報演算手段は、現在情報および顧客特定情報入力手段を介して、所定期間内に同じ顧客が再来店したことを把握した場合には、出力する広告用情報を異ならせる。したがって、常連の顧客であっても、目にする広告の種類が異なり、飽きない。

【0056】（請求項12）請求項12記載の発明は、請求項10記載の個別広告出力装置を限定したものであり、現在情報は、在庫状況および次回仕入れまでの時間とした個別広告出力装置に係る。

【0057】（作用）広告情報演算手段は、在庫状況および次回仕入れまでの時間によって出力すべき広告用情報を異ならせる。これによって、顧客の品薄感に影響を与えたり、買い控えを抑えたりすることができたり、在庫の整理ができたりする。特に、生鮮品の場合には、資源を無駄にしないということに貢献する。

【0058】（請求項13）請求項13記載の発明は、請求項1乃至請求項12記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告情報演算手段は、未来情報を入力することによって、広告用情報を異ならせるように形成した個別広告出力装置に係る。

【0059】（用語説明）概念的には、未来情報の入力手段、未来情報を一旦記憶する記憶手段が存在し、広告情報演算手段が、顧客特定情報や未来情報を用いて広告用情報を特定するのである。

【0060】ここで「未来情報」とは、顧客の行動に影響を及ぼす可能性のある近未来の情報のことをいう。例えば、ローカル天気予報、ローカルイベント情報、店内の一角における時間限定ディスカウントセール、パンの焼き上がり時刻などである。

【0061】（作用）広告情報演算手段は、未来情報を入力することによって、広告用情報を異ならせるので、

顧客の買い忘れの防止に役立つ。例えば、地区の運動会の前日であれば、サンドイッチ用のパン、おにぎり用の海苔などを広告用情報としたり、明日の天気が雨の予報であれば、車のフロントガラスクリーナーの紹介を広告用情報としたりする。

【0062】（請求項14）請求項14記載の発明は、請求項1乃至請求項13記載の個別広告出力装置を限定したものであり、店舗は、その中に複数の小規模店舗を備え、その小規模店舗の一または複数には、当該小規模店舗の商品に関する広告用情報を出力する小規模広告出力手段を備えた個別広告出力装置に係る。

【0063】（用語説明）「小規模店舗」とは、複数の店舗からなるショッピングセンターにおける個々の店舗のほか、大規模店舗の中の特定商品の個々の売り場を含むものとする。

【0064】（バリエーション）個々の顧客の小規模店舗における購入履歴に関する購入履歴情報に対応した広告用情報を記憶している広告情報記憶手段と、その小規模店舗へ入店した顧客を特定するための顧客特定情報を入力する顧客特定情報入力手段と、その顧客特定情報に対応した広告用情報を呼び出す広告情報演算手段とを備えてもよい。

【0065】（作用）例えば、小規模店舗に特有な情報を、当該小規模店舗の常連客へ発信することができる。

【0066】（請求項15）請求項15記載の発明は、請求項1乃至請求項14記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告用情報を入店した顧客が受け取らなかった場合に、受け取り拒否情報を入力する拒否情報入力手段と、その受け取り拒否情報を記憶する拒否情報記憶手段とを備えた個別広告出力装置に係る。

【0067】（作用）拒否情報入力手段が広告用情報を入店した顧客が受け取らなかった場合に、受け取り拒否情報を入力する。そして、その受け取り拒否情報は、拒否情報記憶手段が記憶するので、次のマーケティング、広告戦略を練る際のデータとして用いることができる。

【0068】（請求項16）請求項16記載の発明は、請求項15記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告情報記憶手段には、広告を受け取らなかった顧客のための拒否客用広告情報を記憶しておき、広告情報演算手段は、受け取り拒否情報と顧客特定情報とを対応させ、拒否顧客用広告情報を呼び出すこととした個別広告出力装置に係る。

【0069】（用語説明）拒否顧客用広告情報とは、例えば、「今後とも広告が不要である場合には、以下のようないしは、印刷したチラシである。

【0070】（作用）広告を受け取らなかった顧客が再来店した場合、広告情報記憶手段は拒否客用広告情報を記憶しているので、広告情報演算手段は、受け取り拒否情報と顧客特定情報とを対応させ、拒否顧客用広告情報

を呼び出し、広告出力手段がその拒否顧客用広告情報を出力する。

【0071】（請求項17）請求項17記載の発明は、請求項15記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告情報演算手段は、受け取り拒否情報と顧客特定情報とを対応させ、広告出力手段は、広告用情報を出力しないこととした個別広告出力装置に係る。

【0072】（作用）広告を受け取らなかった顧客が再来店した場合、その顧客に対しては、広告用情報は出力されない。

【0073】（請求項18）請求項18記載の発明は、請求項1乃至請求項14記載の個別広告出力装置を限定したものであり、顧客が購入する商品を精算するための購入情報入力演算手段(F6)を備え、その購入情報入力演算手段(F6)は、精算した購入商品の情報を個々の顧客の購入履歴情報(J2)に追加することとした個別広告出力装置に係る。

【0074】（用語説明）商品には、商品の種類、値段などを電子情報として特定するための情報が付されている。例えば、バーコードである。「購入情報入力演算手段(F6)」とは、上記の「商品」に関する情報を入力可能な手段である。商品にバーコードが付されている場合には、バーコードリーダーを備えたレジスタである。

【0075】（作用）個々の顧客の購入履歴情報は、購入商品の精算が終了すれば、自動的に追加されて記憶される。

【0076】（請求項19）請求項19記載の発明は、請求項18記載の個別広告出力装置を限定したものであり、購入情報入力演算手段(F6)は、精算する商品が個別広告情報(J30)に含まれている広告対象商品(G1)であるか否かを判断し、広告対象商品(G1)である場合には、個別広告情報(J30)の条件に従った精算を行うことができるように形成した個別広告出力装置に係る。

【0077】（用語説明）本願発明に係る個別広告出力装置では、個々の顧客に対してどのような広告用情報(J30)を出力したかは装置内に記憶されているので、出力した広告用情報(J30)と購入情報入力演算手段(F6)を連結しておけばよい。

【0078】（作用）顧客は、顧客特定情報(J20)を入力した後、広告用情報(J30)を受け取って買い物をしたり、サービスの提供を受けたりする。その買い物またはサービスの提供の精算において、購入情報入力演算手段(F6)は、購入する商品が個別広告情報(J30)に含まれている広告対象商品(G1)であるか否かを判断し、広告対象商品(G1)である場合には、個別広告情報(J30)の条件に従った精算を行う。

【0079】すると、顧客にとっては、購買に応じた割引がなされるなど、広告用情報(J30)を有効に使えたという実感が残る。店舗側にとっては、精算時の煩雑さが低減される。（請求項20）請求項20記載の発明は、

請求項1乃至請求項19記載の個別広告出力装置を限定したものであり、顧客が店舗に入った入店時間(入店時間情報J7)を入力する入店時間入力手段と、顧客が店舗から出る退店時間(退店時間情報J8)を入力する退店時間入力手段(F7)と、入店時間(J7)および退店時間(J8)から滞在時間情報(J9)を演算する滞在時間演算手段(F8)と、滞在時間情報(J9)を記憶する滞在時間記憶手段とを備えたことを特徴とする。

【0080】（用語説明）「入店時間入力手段」とは、買い物またはサービス提供を受け始める時間のことであり、顧客特定情報入力手段(F2)と兼ねる場合が多い。どの時点をもって「入店時間」とするかは、店舗によって多少の違いがある。例えば、店舗の入り口を通過した時刻、店舗の駐車場の利用開始時刻などである。

【0081】「滞在時間記憶手段」とは、滞在時間を記録するデータベースである。通常、購入履歴記憶手段(F1)と兼ねる場合が多い。

【0082】（作用）顧客が入店すると入店時間入力手段によって、入店時間が記録され、顧客が退店すると退店時間入力手段によって、退店時間が記録される。そして、滞在時間演算手段(F8)が、その退店時間から入店時間を引き算することで、滞在時間情報(J9)を演算する。その滞在時間情報(J9)は、滞在時間記憶手段に記録される。

【0083】滞在時間が長い客は概ね買い物好きであり、滞在時間と購入額とは、相関関係がある。したがって、滞在時間記憶手段に記憶された滞在時間情報は、次なるマーケティング、広告戦略を練るのに有益な情報となる。

（請求項21）請求項21記載の発明は、請求項1乃至請求項20記載の個別広告出力装置を限定したものであり、顧客の退店情報を確認する退店情報入力手段と、その退店情報の入力を受けて持ち帰り用広告情報を出力する未来情報出力手段(F9)とを備えた個別広告出力装置に係る。

【0084】（用語説明）「退店情報」とは、顧客が店舗から出る旨の情報である。例えば、買い物やサービス提供を終えて精算を終了した旨の情報の場合には、購入情報入力演算手段(F6)が精算終了を確認した旨の情報としてもよい。

【0085】「持ち帰り用広告情報」とは、次の来店を促すための情報である。本請求項においては、全ての顧客に共通の情報である場合を含む。紙媒体に持ち帰り用広告情報を記載するのであれば、お持ち帰り用チラシ(J53)であり、その場合「未来情報出力手段(F9)」は、チラシプリンタ(F91)となる。

【0086】（作用）退店情報入力手段が、顧客が退店する旨を確認する。そして、その退店情報の入力を受けた未来情報出力手段(F9)が持ち帰り用広告情報を出力する。顧客は、当該店舗における後日の情報を受け取るこ

とができる。一方、店舗側としては、当該顧客の次の来店を促すことができる。

（請求項22）請求項22記載の発明は、請求項21における持ち帰り用広告情報を、個々の顧客の特性に基づいた個別広告情報としたことを特徴とする個別広告出力装置である。

【0087】（用語説明）「個別広告情報」とは、「購入履歴情報(J1)」に基づいて分析され、個々の顧客用にカスタマイズした情報である。例えば、退店直前の購入履歴情報を考慮して出力することもできる。すなわち、

【0088】（作用）その退店情報の入力を受けた未来情報出力手段(F9)が持ち帰り用広告情報を出力するに際し、当該顧客用にカスタマイズした持ち帰り用広告情報を渡す。顧客は、自分に適した情報を受け取ることができる。

（請求項23）請求項6記載の発明は、請求項1乃至請求項22記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告情報出力手段(F5)は、電波による情報発信装置(F55)および受信装置(F56)の組み合わせである個別広告出力装置に係る。

【0089】（用語説明）「電波による情報発信装置(F55)および受信装置(F56)」とは、例えばFM電波の発信装置および受信装置、PHS（簡易携帯電話）を受信装置とするデジタル無線通信システム、カーナビゲーションシステムなどである。

【0090】情報受信装置(F56)は、液晶に文字を出力する方式、音声を出力する方式、更にそれらの組み合わせがある。前者は耳の不自由な顧客に適しており、後者は目の不自由な顧客に適している。

【0091】（作用）広告情報出力手段(F5)が、電波による情報発信装置(F55)および受信装置(F56)の組み合わせであるので、紙媒体が不要である。また、顧客の買い物中に広告用情報(J30)が更新された場合であっても、その更新された情報を顧客が受け取ることができる。

（請求項24）請求項24記載の発明は、請求項1乃至請求項23記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告用情報(J30)には、店舗のレイアウトを表示することとした個別広告出力装置に係る。

【0092】（作用）店舗のレイアウトが表示されているので、顧客が店舗内の目的地へ早くたどり着けたり、合理的に動いたりするのに寄与する。また、店舗内のレイアウトを変更した場合において、レイアウト後に初めて来店した顧客が戸惑うおそれが小さくなる。

（請求項25）請求項25記載の発明は、請求項1乃至請求項24記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告用情報(J30)には、アンケート部分を表示することとした個別広告出力装置に係る。

【0093】（用語説明）アンケート部分とは、商品の品揃え、店内レイアウト、店員の態度などの他、広告用情報(J30)の内容等に関するアンケート、例えば、文字の大きさ、広告レイアウトなども含む趣旨である。購入履歴情報に基づく履歴アンケート部分を表示することとしてもよい。

【0094】（作用）顧客が、広告用情報(J30)に表示されたアンケート部分に答えてくれ、そのアンケートを回収できれば、顧客のメッセージを収集することができる。そのメッセージを売上げ向上、サービス向上に生かすことができる。

【0095】（請求項26）請求項26記載の発明は、請求項1乃至請求項25記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告用情報の一部には、クーポン券を表示することとした個別広告出力装置に係る。

【0096】（用語説明）クーポン券とは、割引券（その場で使えるもの、次回の来店時に使えるものなど）、貯めると特典のある点数制のものなど、様々な形態がある。

【0097】さらに、その精算用情報は、購入情報入力演算手段によってクーポン条件に従った精算を行うことができるように形成してもよい。例えば、個々の顧客へどのようなクーポン券を表示したかを記憶しておいて、レジ精算時に直接その情報を読み込んでもよいし、クーポン券部分にバーコードを印刷しておき、POSレジでの精算時にすぐに割引となるようにしてもよい。その場合には、精算が省力化され、POSデータの蓄積も同時に行える。

【0098】（作用）クーポン券は、販売促進の効果が高く認められやすいので、広告の刺激の一つとして有効である。

【0099】（請求項27）請求項27記載の発明は、請求項1乃至請求項25記載の個別広告出力装置を限定したものであり、店舗内の空間には、商品またはサービスを提供する空間（例えば売場空間A4）と、顧客特定情報入力手段(F2)の設置場所との間に、広告用情報(J30)を閲覧するための閲覧空間(A3)を備えた個別広告出力装置に係る。

【0100】（作用）広告用情報(J30)を受け取った顧客は、閲覧空間(A3)において広告用情報(J30)を閲覧することができる。したがって、店舗の入り口付近で、顧客の流れが滞ることがない。

（請求項28）請求項28記載の発明は、過去に一の支店にて買い物をした顧客の購入履歴情報を支店の本部において多数記録し、その購入履歴情報から、顧客ごとに適した広告を提供するための個別広告出力装置であって、個々の顧客の購入履歴情報に関する購入履歴情報を記憶している購入履歴記憶手段と、顧客の購入履歴情報に対応した広告として顧客ごとに用意した個別の広告用情報を記憶する広告情報記憶手段と、一の支店店舗へ入

店した顧客を特定するための顧客特定情報を入力する顧客特定情報入力手段と、その顧客特定情報に対応した広告用情報と呼び出す広告情報演算手段と、当該一の支店店舗において広告用情報を出力する広告出力手段とを備えた個別広告出力装置に係る。

【0101】（用語説明）「支店」および「本店」の概念には、ショッピングモールを本店とし、各商店を支店とすることも含まれるものとする。

【0102】「過去に一の支店にて買い物をした顧客の購入履歴情報(J10)」については、支店毎に入力をす

（作用）まず、本請求項に係る個別広告出力装置が設置されている店舗へ入店した者は、店舗に対して、自らを特定するための顧客特定情報(J2)を入力して登録し、顧客となる。顧客特定情報(J2)は、店舗へ入店した顧客によって、顧客特定情報入力手段(F2)を介して、当該支店にて入力され、必要であれば本部にも送る。

【0103】買い物またはサービスの提供を受けると、その情報は、顧客特定情報(J2)と一致させて購入履歴情報(J10)となり、当該支店にて入力されるとともに、本部へも送る。したがって、本部において、支店における購入履歴情報(J10)を多数集めることができる。そして、本部では、送られてきた購入履歴情報(J10)をもとにして、顧客ごとに購入履歴情報(J10)に対応した個別の広告用情報(J30)を用意し、広告情報記憶手段(F3)へ記憶する。

【0104】再び一の支店店舗へ入店した顧客は、顧客特定情報(J2)を入力してから入店する。すると、顧客特定情報入力手段(F2)が顧客を特定するための顧客特定情報(J2)を入力する。すると、広告情報演算手段がその顧客特定情報(J2)に対応した広告用情報(J30)と呼び出し、広告出力手段(F5)がその広告用情報(J30)を出力する。

【0105】このように、顧客は、自らの購入履歴情報(J10)に基づいた広告を受け取ることができる。

【0106】（請求項29）請求項29記載の発明は、請求項28記載の個別広告出力装置を限定したものであり、顧客特定情報入力手段は、一の支店の顧客である旨を特定するための顧客特定情報(J2)を記録しており、且つ顧客に所有してもらう支店顧客所有カードと、その支店顧客所有カードに記録された顧客特定情報(J2)を読み取ることができるカードリーダー(F2)と、店舗の店員が顧客に関する顧客補助情報を入力するための補助入力手段とを備えた個別広告出力装置に係る。

【0107】（用語説明）補助入力手段とは、請求項4にいう補助入力装置と同義である。すなわち、支店顧客所有カードに記録された顧客特定情報(J2)以外の情報を入力するための手段であり、例えばテンキー、キーボード、タッチパネル、タッチペンとタッチパネルとの組み合わせ、音声入力装置などである。例えば、支店顧客所

有カードを所有する顧客が他の支店の顧客である場合において、店員が口頭でその支店名や生年月日を聞き出し、それを補助入力手段で入力することによって、当該支店で特定できなかった顧客を特定することもできる。

【0108】（作用）他の支店においても、顧客の特定が行え、顧客個別の広告を出力することができる。

【0109】（請求項30）請求項30記載の発明は、請求項29記載の個別広告出力装置を限定したものであり、補助入力手段は、購入履歴情報(J1)が蓄積されていない顧客（例えば新規顧客、または支店における新規顧客）である旨の顧客特定情報を記録した新規顧客カードを備えるとともに、カードリーダー(F2)は、新規顧客カード(J22)に記録された顧客特定情報を読み取ることができるように形成した個別広告出力装置に係る。

【0110】（作用）他の支店においても、顧客の特定が行え、顧客個別の広告を出力することができる。

【0111】（請求項31）請求項31記載の発明は、請求項29記載の個別広告出力装置を限定したものであり、補助入力手段は、顧客所有カード(J21)を忘れて来店した顧客である旨の顧客特定情報を記録した忘れ客対応カード(J23)を備えるとともに、カードリーダー(F2)は、忘れ客対応カード(J23)に記録された顧客特定情報を読み取ることができるように形成した個別広告出力装置に係る。

【0112】（作用）カードを忘れて他の支店において顧客が来店しても、顧客の特定が行え、顧客個別の広告を出力することができる。

【0113】（請求項32）請求項32記載の発明は、請求項29、請求項30または請求項31記載の個別広告出力装置を限定したものであり、カードリーダー(F2)が読み取った顧客特定情報が、所定時間内に前回読み取った顧客特定情報と同じ場合に、広告出力手段が広告用情報を出力しないこととした個別広告出力装置に係る。

【0114】（作用）広告出力手段が同じ広告用情報をたくさんプリントすることを防止できる。これにより、例えば広告用情報(J30)に割引券が添付されているような場合に、不当にたくさんの割引券を入手するということを防止できる。

【0115】（請求項33）請求項33記載の発明は、請求項29記載の個別広告出力装置を限定したものであり、カードリーダー(F2)が新規顧客カード(J22)に記録された顧客特定情報を読み取った場合、広告情報演算手段(F4)が呼び出す広告用情報(J30)は、新規顧客専用の情報とした個別広告出力装置に係る。

【0116】（用語説明）新規顧客専用の情報とは、一律の情報であるが、一種類に限られず、複数種類を用意しておいて、ランダムに選んだり、規則的に循環させたりすることもできる。例えば、「ご入会有り難うございました。」などの挨拶、店舗の一般的な説明、特売品の案内、キャンペーンなど、あるいはそれらの情報を組み

合わせたものなどである。

【0117】（請求項34）請求項34記載の発明は、請求項31記載の個別広告出力装置を限定したものであり、カードリーダーが忘れ客対応カードに記録された顧客特定情報を読み取った場合、広告情報演算手段が呼び出す広告用情報は、カード忘れ顧客専用の情報とした個別広告出力装置に係る。

【0118】（作用）店舗の店員は、カードリーダーに忘れ客対応カードへ記録された顧客特定情報を読み取らせればよく、カード忘れ顧客であっても、通常の顧客の10ように扱うことができる。

（請求項35）請求項35記載の発明は、請求項28乃至請求項34記載の個別広告出力装置を限定したものであり、広告情報記憶手段は、支店毎に設けた個別広告出力装置に係る。

【0119】（作用）広告情報記憶手段(F3)は、支店毎に設けているので、本部から与えられた広告用情報(J30)の修正、加工を行うことができる。

【0120】（請求項36）請求項36記載の発明は、店舗へ入店した顧客に対して個々の顧客に対応した広告20を提供するための個別広告出力方法であって、個々の顧客の購入履歴に関する購入履歴情報(J10)に対応した広告用情報(J30)を予め記憶する広告情報記憶手順と、店舗へ入店した顧客を特定するための顧客特定情報(J2)を入力する顧客特定情報入力手順と、その顧客特定情報(J2)を用いた広告用情報(J30)を呼び出す広告情報演算手順と、広告用情報(J30)を出力する広告出力手順とを備えた個別広告出力方法に係る。

【0121】（バリエーション）請求項2乃至請求項35記載の個別広告出力装置に係る発明における各「手段」30を「手順」として、それら発明に相当する方法発明を提供することは、当然可能である。

【0122】（請求項37）請求項37記載の発明は、コンピュータに、店舗へ入店した顧客に対して個々の顧客に対応した広告を提供するための個別広告出力を行わせるプログラムを記録した媒体である。すなわち、個々の顧客の購入履歴に関する購入履歴情報に対応した広告用情報を記憶している広告情報記憶手順と、店舗へ入店した顧客を特定するための顧客特定情報を入力する顧客特定情報入力手順と、その顧客特定情報を用いた広告用40情報を呼び出す広告情報演算手順と、広告用情報を出力する広告出力手順とを、コンピュータに実行させるためのプログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体に係る。

【0123】（用語説明）記録媒体とは、例えば、磁気的、光学的などの手段によるプログラム記録をした媒体である。例えば、フロッピーディスク、光磁気ディスク、ハードディスクなどである。

【0124】（バリエーション）なお、請求項2乃至請求項35記載の個別広告出力装置に係る発明における各50

「手段」を、コンピュータに行わせる為のプログラムとし、そのプログラムを記録した記録媒体に係る発明を提供することは、当然可能である。

【0125】

【発明の実施の形態】以下、本発明を実施の形態及び図面に基づいて、更に詳しく説明する。ここで使用する図面は、図1乃至図23である。図1は、本願発明の第一の実施の形態を示すための概念図である。図2は、本願発明の第一の実施の形態を示すためのフローチャートである。図3は、本願発明の第二の実施の形態を示すための概念図である。図4は、本願発明の第二の実施の形態に表した概念のひとつを示すためのフローチャートである。図5は、本願発明の第二の実施の形態に表した概念の他のひとつを示すためのフローチャートである。図6は、本願発明の第三の実施の形態を示すための概念図である。図7は、本願発明の第四の実施の形態を示すための概念図である。図8は、本願発明の第四の実施の形態を示すためのフローチャートである。図9は、本願発明の第五の実施の形態を示すための概念図である。図10は、本願発明の第五の実施の形態を示すためのフローチャートである。図11は、本願発明の第六の実施の形態を示すための概念図である。図12は、プリントされるチラシの一例を示す概念図である。図13は、本願発明を採用した店舗のレイアウトの一例を示す概念図である。図14は、三つの支店を持つ店舗における購入履歴情報の流れおよび加工の状態の一例を示すための概念図である。図15は、三つの支店を持つ店舗における購入履歴情報の流れおよび加工の状態の他の一例を示すための概念図である。図16は、店舗がガソリンスタンドである場合の概念図である。図17は、プリントされるチラシの例を示す図である。図18は、プリントされるチラシであって、アンケート用紙となっている例を示す図である。図19は、プロモーション条件に適合する客に対してチラシをプリントする場合のフローチャートである。図20は、店舗へ入店した客の種別を表わしたツリー構造図である。図21は、実験客と制御客とを比較する場合のフローチャートである。図22は、実験客と刺激客とを比較する場合のフローチャートである。図23は、刺激レベルの差を発進した場合の分析概念図である。

【0126】（図1および図2）図1および図2に示す第一の実施の形態に基づいて説明する。

【0127】ここに示す実施の形態は、店舗へ入店した顧客に対して個々の顧客に対応した広告を提供するための個別広告出力装置である。個々の顧客の購入履歴に関する購入履歴情報J10に対応した広告用情報J30を記憶している広告情報記憶手段F3と、店舗へ入店した顧客を特定するための顧客特定情報J2を入力する顧客特定情報入力手段F2と、その顧客特定情報J2に対応した広告用情報J30を呼び出す広告情報演算手段F4

と、広告用情報 J 30 を出力する広告出力手段 F 5 とを備えている。

【0128】ここにいう「店舗」は、物理的空間において商品を販売する一の店舗とする。

【0129】また、「顧客」とは、当該店舗へ来店するのが二度目以降の「リピート客」である。すなわち、初めて来店した際には、氏名、性別、年齢、家族構成、所有する自動車の車種などの属性情報を店舗側へ提供してもらい、顧客特定情報 J 2 として店舗側のデータベースへ登録する。同時に、その顧客特定情報 J 2 を来店時に店舗側が把握するため、顧客特定情報 J 2 を特定するための ID カード J 21 を当該顧客に所有してもらう。ID カード発行以後、当該店舗で買い物をすると、その精算記録は、ID カード J 21 の顧客特定情報 J 2 と対応させて購入履歴情報 J 10 として購入履歴記憶手段 F 1 たるデータベースへ記録することとしている。購入履歴情報 J 10 とは、購入した品名、個数、価格、日時などである。

【0130】店舗側には、ID カード J 21 によって顧客と顧客特定情報 J 2 とを対応させるための顧客特定情報入力手段としてのカードリーダー F 2 が備えられており、来店した顧客は、ID カード J 21 をカードリーダー F 2 に読み取らせる。なお、ID カード J 21 を忘れた顧客に対しては、電話番号などで代用するようにしてもよい。

【0131】購入履歴情報 J 10 を大量にストックした店舗側では、顧客の特性を分析し、複数のパターンに顧客を分類するとともに、その分類に応じた広告用情報 J 30 を作成して広告情報記憶手段 F 3 たるデータベースへ記録しておく。広告用情報 J 30 としては、例えば、新発売の商品を購入する確率の高い顧客は「流行ウォッチャー客」と位置づけ、流行ウォッチャー客用の広告 J 31 として、新発売の商品を中心に広告するような広告データを加工して用意しておく。特売品の購入が多い顧客は「価格センシティブ客」と位置づけ、価格センシティブ客用の広告 J 32 として、特売品を中心に広告するような広告データを加工して用意しておく。なお、このような顧客分類のための情報に、年齢、性別などの属性情報を加味させることも、当然可能である。

【0132】広告情報演算手段 F 4 は、カードリーダー F 2 から読み取った顧客特定情報 J 21 から顧客が誰であるか（例えば「アオタハナコ」さん）を特定し、その顧客に対応した広告用情報 J 30（例えば「価格センシティブ客 J 32」）が何であるかを演算して呼び出し、広告用情報 J 30 を特定広告情報 J 50 に加工してチラシプリンタ F 51 への出力命令を出す。チラシ J 51 の一部には、顧客の氏名（例えば「アオタハナコ」さん）を組み込んでカスタマイズする。顧客が複数の分類に属するような場合には、チラシ J 51 の紙面との兼ね合いで、複数の広告用情報を組み合わせることも可能であ

る。

【0133】広告情報出力手段 F 5 としては、チラシ J 51 をプリントするチラシプリンタ F 51 である。顧客の入店時に瞬時にプリントアウトする必要があるので、大容量のバッファを備えている。

【0134】カスタマイズされたチラシ J 51 を提供された顧客が買い物を終えてレジにて精算を済ませると、レジにおいても ID カード J 21 を読み込み、購入履歴情報 J 10 を追加する。この購入履歴情報 J 10 は、店舗側のデータとして有効である。

【0135】なお、図示は省略しているが、追加された購入履歴情報 J 10 に基づいて、また店舗の在庫状況などの変化に応じて広告用情報 J 30 は、随時更新する。

【0136】（図 3、図 4 および図 5）図 3、図 4 および図 5 に基づいて、第二の実施の形態に基づいて説明する。

【0137】図 3 に示す実施の形態が第一の実施の形態と異なる点は二点ある。ひとつは、広告によって割引がなされている商品があった場合にその精算がレジにて瞬時に行えるシステムである。もうひとつは、店舗内に顧客が滞在時間（滞店時間）に関するデータを収集するシステムである。

【0138】（図 3 および図 4）第二の実施の形態には、購入情報入力演算手段 F 6 として POS 機能付きレジスタが備えられている。このレジスタ F 6 は、商品に付されている商品情報たるバーコード J 6 を読み取るバーコードリーダーを備える。そして、バーコード J 6 で読み取られた商品が前述の特定広告情報 J 50 に掲載された広告対象商品 G 1 である場合には、レジスタ F 6 による精算時に、割引価格、割引率などを反映させる。

【0139】（図 3 および図 5）第二の実施の形態におけるカードリーダー F 2 は、顧客の入店時間情報 J 7 を記録する。また、前述の POS 機能付きレジスタ F 6 において ID カードを読むカードリーダーには、退店時間情報 J 8 を読み取る滞在時間入力手段 F 7 が備えられている。更に、入力された入店時間情報 J 7 および退店時間情報 J 8 から滞在時間情報 J 9 を演算する滞在時間演算手段 F 8 が備えられている。

【0140】滞在時間情報 J 9 は、購入履歴記憶手段 F 1 に、購入履歴情報 J 10 とともに記録する。そして、次のマーケティングに活かす。あるいは、その場の精算において割引を行ってもよい。

【0141】（バリエーション）広告出力手段 F 5 を設けることなく、滞在時間情報 J 9 を次の、あるいはその場の割引や精算に活かすシステムのみを採用するという発明思想も、当然実現することができる。経験則上、滞在時間が長いほど商品購入価格が高まる傾向があるので、そのような顧客には割引やサービスの追加などをして顧客満足度を高めるのである。また、そのようなシステムが、顧客の長時間滞在を誘導することにもなる。

【0142】（購入履歴情報J10の活用例）以下、購入履歴情報J10の活用例について、列挙する。

1) 1回当たりの購入額の変動が大きい顧客に対しては、毎日来店することを条件に割引を行う。

2) 店内の滞在時間当たりの買い物額の変動が大きい顧客に対しては、滞在時間に応じた割引を行う。

3) 特定銘柄を購入したことのある顧客に対し、新ブランドを割引価格で提供したり、サンプルを無料で提供したりする。いわゆるブランド乗り換えキャンペーンである。

4) 属性情報との組み合わせにおいて、ある商品のターゲット層で、且つ当該商品の購入経験のない顧客に対し、当該商品を割引価格で提供したり、サンプルを無料で提供したりする。これもまた、いわゆるブランド乗り換えキャンペーンである。

5) 過去の購入商品であって、頻繁に購入しない商品については、チラシJ51において、売場位置を示す。

6) 新発売の商品を購入する傾向にある顧客に対しては、新商品を広告にて紹介する。商品カテゴリー毎に分析し、紹介することが効果的である。

7) 当該店舗で購入したことのない顧客に、他店で買うのと不利ではないことを広告する。例えば、当該店舗がスーパーである場合、米屋で米を買うのと、価格は同じである旨を広告する。

8) 頻繁に訪れてくれる顧客に対しては、同じ広告が繰り返されないようにする。

9) 商品の使い方（例えば魚についての調理法）について広告する。

10) 生鮮品においては、本日の出物を知らせる。

11) 入店時刻の情報と組み合わせ、生鮮品等で売れ残りが予想される商品についてのマークダウン情報を広告する。

12) 一回の買い物、あるいは一定期間の買い物の累計金額に応じた割引について広告する。

13) 来店頻度に応じた割引を実施する旨を広告する。例えば、明日もまた買い物に来てくれたら割引引きする旨を広告する。こうした広告を通じて来店および購買が習慣化することを狙う。

【0143】以上は、例示列挙であり、上記の広告内容、手段に限られるものではない。また、広告内容、手段については、効果の有無をトレースできるようなデータ収集、回収を行う。

【0144】（図6）図6に基づいて、第三の実施の形態について説明する。

【0145】図6に示す実施の形態は、広告情報出力手段F5についてのバリエーションを示したものである。まず、IDカードJ21にメモリチップを備え、情報の書き込みが行えるものとする。また、カードリーダーF21には、広告情報J30または特定広告情報J50を前記メモリチップに書き込むための情報書き込み装置

F52を備えているものとする。

【0146】店内A1には、IDカードJ21のメモリチップに書き込まれた広告情報、読み取ることができる情報読み取り装置F53と、その読み取った情報を表示するディスプレイF54が備えられている。顧客は、IDカードJ21を用いて、自分用の広告をディスプレイ表示J52にて確認し、買い物をすることができる。

【0147】（図7および図8）図7および図8に基づいて、第四の実施の形態について説明する。

10 【0148】図7および図8に示す実施の形態は、滞在時間情報J9を駐車場の管理に用いるものである。すなわち、自家用車で買い物にやってきた顧客は、駐車場A2に自家用車を駐車させる際にIDカードJ21をカードリーダーF2に読ませ、その段階で駐車を開始とする。そして、レジにて精算を済ませた場合、その金額と退店時刻とから購入履歴情報J10を得るとともに、駐車時間や駐車料金を管理するのである。

20 【0149】なお、ここにおいても、入店の際の広告を行う広告出力手段F5を設けることなく、滞在時間情報J9を駐車時間の管理や駐車料金の精算に活かすシステムのみを採用するという発明思想も、当然実現することができる。

【0150】（図9および図10）図9および図10に基づいて、第五の実施の形態について説明する。

30 【0151】図9および図10に示す実施の形態は、買い物を終えて精算を済ませた顧客に対し、再度の来店を促す持ち帰り用広告情報を提供するものである。すなわち、顧客の退店情報を確認する退店情報入力手段と、その退店情報の入力を受けて持ち帰り用広告情報を出力する未来情報出力手段F9とを備えるのである。

【0152】「退店情報」は、購入情報入力演算手段F6が精算終了を確認した旨の情報とする。通常は全ての顧客に共通の情報であるが、購入履歴情報J10を用いて、カスタマイズした広告とすることもできる。未来情報出力手段F9はチラシプリンタF91であり、広告媒体は紙であるので、お持ち帰り用チラシJ53となる。

40 【0153】退店情報入力手段が、顧客が退店する旨を確認すると、その退店情報の入力を受けた未来情報出力手段F9がお持ち帰り用チラシJ53をプリントする。顧客は、当該店舗における後日の情報を受け取ることができる。一方、店舗側としては、当該顧客の次の来店を促すことができる。

【0154】なお、ここにおいても、入店の際の広告を行う広告出力手段F5を設けることなく、退店情報の入力を受けて持ち帰り用広告情報を出力するシステムのみを採用するという発明思想も、当然実現することができる。

【0155】（図11）図11に基づいて、第六の実施の形態について説明する。

50 【0156】この実施の形態は、広告情報出力手段F5

についてのバリエーションを示したものであって、その広告情報出力手段F 5は、電波による店内電波発信装置F 5 5および店内電波受信装置F 5 6の組み合わせである。すなわち、PHS（簡易携帯電話）を受信装置とするデジタル無線通信システムである。

【0157】店内電波受信装置F 5 6は、IDカードJ 2 1の読み込みが終えると顧客に貸与されるものとする。液晶に文字を出力する方式、音声を出力する方式、更にそれらの組み合わせがある。前者は耳の不自由な顧客に適しており、後者は目の不自由な顧客に適している。

【0158】この実施の形態によれば、紙媒体が不要である。また、顧客の買い物中に広告用情報J 3 0が更新された場合であっても、その更新された情報を顧客が受け取ることができる。

【0159】（図12）図12は、チラシJ 5 1の表示方式の一例を示したものである。このチラシJ 5 1には、一番上に顧客の氏名を入れてカスタマイズした広告であり、その下には広告のテキスト部分を表し、その下には店舗のレイアウトを表示したものである。テキスト部分とレイアウト部分とで対応がある場合には、線で結んでいる。また、現在位置を目立つように表示している。このようなチラシJ 5 1としておけば、店舗のレイアウトが表示されているので、顧客が店舗内の目的地へ早くたどり着けたり、合理的に動いたりするのに寄与する。また、店舗内のレイアウトを変更した場合において、レイアウト後に初めて来店した顧客が戸惑うおそれが小さくなる。

【0160】なお、図示は省略したが、チラシJ 5 1には、アンケート部分を表示することもできる。顧客が、チラシJ 5 1に表示されたアンケート部分に答えてくれ、そのアンケートを回収できれば、顧客のメッセージを収集することができる。そのメッセージを売上げ向上、サービス向上に生かすことができる。

（アンケートの例）

（1）貴女は、以前よく購入されていたXを最近はお買いあげになりませんがどうしてですか？

「1. Xに飽きた 2. 他店よりも高い 3. 品揃えが悪い 4. その他」

（2）貴女は、このようなパターンのチラシは好きですか？

「1. いつもこのパターンがよい 2. 時々このパターンが入っているとよい

3. あまり好きではない」

（バリエーション）上記した図12に示す例はチラシJ 5 1の表示方式として説明したが、お持ち帰り用チラシJ 5 3においても応用できる。

【0161】（図13）図13は、店内のレイアウトの例を示したものである。店舗内の空間には、売場空間A 4と、顧客特定情報入力手段F 2の設置場所との間に、

チラシJ 5 1を閲覧するための閲覧空間A 3を備えたことが特徴である。閲覧空間A 3には、図6にて示したような広告の出力形式、すなわちディスプレイ表示J 5 2のような形式の場合、ディスプレイF 5 4 W O閲覧空間A 3に設置する。

【0162】チラシJ 5 1を受け取った顧客は、閲覧空間A 3においてチラシJ 5 1を閲覧することができる。したがって、店舗の入り口付近で、顧客の流れが滞ることがない。

【0163】なお、売場空間A 4と店舗の出口との間にはレジF 6、お持ち帰り用チラシJ 5 3をプリントするチラシプリンタ9 1を設置しているが、出口とチラシプリンタ9 1との間にも閲覧空間を設けることとしてもよい。

【0164】（図14および図15）図14および図15に示すのは、複数の支店と、それらを統括する本部とで構成された組織における購入履歴情報の流れおよび加工の状態の例を示すための概念である。支店と本部とは、通信手段でつながれている。（図14）図14に示す概念では、支店毎に収集した購入履歴情報J 1 0を、本部において記憶し、情報加工および個々の顧客に対応するための広告用情報J 3 0を作成するために演算し、広告用情報J 3 0を、顧客へ出力するものである。購入履歴情報J 1 0を入力したA支店の入力手段は本部の入力手段への送信手段を、本部の入力手段は前記送信手段に対応した受信手段を備える。また、演算手段によって広告用情報J 3 0を得た本部の出力手段は支店の出力手段への送信手段を、支店の出力手段は前記送信手段に対応した受信手段を備える。

【0165】まず、図14に示す構成の個別広告出力装置が設置されている店舗へ入店した者は、店舗に対して、自らを特定するための顧客特定情報J 2を入力して登録し、顧客となる。顧客特定情報J 2は、店舗へ入店した顧客によって、顧客特定情報入力手段F 2を介して、当該支店にて入力され、必要であれば本部にも送る。

【0166】買い物またはサービスの提供を受けると、その情報は、顧客特定情報J 2と一致させて購入履歴情報J 1 0となり、当該支店にて入力されるとともに、本部へも送る。したがって、本部において、支店における購入履歴情報J 1 0を多数集めることができる。そして、本部では、送られてきた購入履歴情報J 1 0をもとにして、顧客ごとに購入履歴情報J 1 0に対応した個別の広告用情報J 3 0を用意し、広告情報記憶手段F 3へ記憶する。

【0167】再び一の支店店舗へ入店した顧客は、顧客特定情報J 2を入力してから入店する。すると、顧客特定情報入力手段F 2が顧客を特定するための顧客特定情報J 2を入力する。すると、広告情報演算手段がその顧客特定情報J 2に対応した広告用情報J 3 0を呼び出

し、広告出力手段F 5がその広告用情報J 30を出力する。顧客特定情報J 2と広告用情報J 30とを合わせてカスタマイズした広告を出力してもよい。

【0168】このように、顧客は、自らの購入履歴情報J 10に基づいた広告を受け取ることができる。

【0169】(図15)図15では、支店毎に記憶手段、演算手段をも備えている。そして、本部からの広告用情報J 30は利用するものの、支店毎の実情や独自情報に基づいて、その広告用情報J 30の修正、加工を行うことができる。

【0170】(店舗とセンターとに配置すべきハードウェア)本店支店関係をまとめると、以下のようになる。

【0171】店舗とセンターとにいずれのハードウェアを配置すべきかという組み合わせについては、{顧客DB (DBとは、「データベース」のこと。以下同じ)、購買履歴DB、コンテンツDB (広告情報記憶手段F 3)、プロモーション条件DB、反応DB、・・・} × {全部センター、一部センター一部店舗、全部店舗}の組み合わせがすべて有り得る。

【0172】なお、上記の組み合わせには、論理的と物理的の両面の意味でバリエーションがある。例えば、物理的には本部に集中していても、論理的には本部と店舗にある、ということも可能である。すなわち、実態としてのデータベースは本部のコンピュータ内に格納されていても、その内容が本部にしか見られないものと、店舗でしか見られないものがある。

【0173】なお、論理的な場合については「本部と店舗とで共有する場合」がさらに追加される。本部と店舗とで共有する、とは、本部と店舗のいずれでも見ることができる部分があるということである。例えば、購買履歴DB、顧客DB、反応DBは本部に集中させ、プロモーション条件DBは本部用と店舗用の両方、コンテンツDBも本部用と店舗用の両方を存在させるのである。

【0174】(図16)図16は、「店舗」としてガソリンスタンドを選択した場合を示す概念図である。

【0175】「顧客特定情報J 2」としては、顧客に所有してもらうIDカードJ 21およびカードリーダーF 2の組み合わせとしているが、ガソリンスタンドへは車で来店するのが普通であるから、車のナンバーとそのナンバープレートを読み取るリーダーとすることもできる。

【0176】顧客特定情報入力手段には、補助入力装置を付属することもできる。例えば、テンキー、キーボード、タッチパネル、タッチペンとタッチパネルとの組み合わせ、音声入力装置などである。

【0177】また、補助入力手段は、購入履歴情報J 1が蓄積されていない顧客、すなわち新規顧客である旨の顧客特定情報を記録した新規顧客カードを備えるとともに、カードリーダーF 2は、新規顧客カードに記録された顧客特定情報を読み取ることができるように形成す

る。したがって、店舗の店員は、カードリーダーに新規顧客カードへ記録された顧客特定情報を読み取らせればよく、新規顧客であっても、通常の顧客のように扱うことができる。また、この場合、チラシの広告用情報は、新規顧客専用の情報と例えば、「ご入会有り難うございました。」などの挨拶、店舗の一般的な説明、特売品の案内、キャンペーンなど、あるいはそれらの情報を組み合わせたものなどである。

【0178】また、補助入力手段は、顧客所有カードを忘れて来店した顧客である旨の顧客特定情報を記録した忘れ客対応カードを備えるとともに、カードリーダーは、忘れ客対応カードに記録された顧客特定情報を読み取ることができるように形成する。したがって、店舗の店員は、カードリーダーに忘れ客対応カードへ記録された顧客特定情報を読み取らせればよく、カード忘れ顧客であっても、通常の顧客のように扱うことができる。この場合、忘れ客対応カードに記録された顧客特定情報を読み取った場合、チラシの広告用情報は、カード忘れ顧客専用の情報とする。例えば、「ポイントが貯まらないので、次回のご来店の際にはカードをお忘れなく」などの注意喚起を一律の情報に必ず入れるとする。

【0179】ところで、顧客特定情報入力手段F 2が読み取った顧客特定情報J 2が、同じカードを続けて読ませるくらいの短い時間内に前回読み取った顧客特定情報J 21と同じ場合には、チラシプリンターがチラシJ 51を出力しないように形成している。このため、同じチラシを、たくさんプリントすることを防止できる。これにより、例えばチラシに割引券が添付されているような場合に、不当にたくさんの割引券を入手するということ

を防止できる。

【0180】(チラシ受け取り拒否客への対応) 広告用情報を入店した顧客が受け取らなかった場合に対処する為、受け取り拒否情報を入力する拒否情報入力手段と、その受け取り拒否情報を記憶する拒否情報記憶手段とを備える。すなわち、拒否情報入力手段が広告用情報を入店した顧客が受け取らなかった場合に、受け取り拒否情報を入力する。そして、その受け取り拒否情報は、拒否情報記憶手段が記憶するので、次のマーケティング、広告戦略を練る際のデータとして用いることができる。

【0181】また、広告情報記憶手段には、広告を受け取らなかった顧客のための拒否客用広告情報を記憶しておき、広告情報演算手段は、受け取り拒否情報と顧客特定情報とを対応させ、拒否顧客用広告情報を呼び出すこととする。すなわち、広告を受け取らなかった顧客が再来店した場合、広告情報記憶手段は拒否客用広告情報を記憶しているので、広告情報演算手段は、受け取り拒否情報と顧客特定情報とを対応させ、拒否顧客用広告情報を呼び出し、広告出力手段がその拒否顧客用広告情報

(例えば、「今後とも広告が不要である場合には、以下のような手続をお願いします。・・・」といった連絡事

項を印刷したチラシ)を出力する。あるいは、受け取り拒否情報と顧客特定情報とを対応させ、広告出力手段は、広告用情報を出力しないこととしてもよい。

【0182】(購入商品の精算)顧客が購入する商品を精算するための購入情報入力演算手段(いわゆるPOSレジF6)では、精算した購入商品の情報を個々の顧客の購入履歴情報J2に追加することとしている。このため、個々の顧客の購入履歴情報は、購入商品の精算が終了すれば、自動的に追加されて記憶される。

【0183】また、POSレジF6は、購入する商品がチラシに含まれている広告対象商品G1であるか否かを判断し、広告対象商品G1である場合には、チラシに記載された条件に従った精算を行う。そして、レシートにその割引額の表示を行う。すると、顧客にとっては、購買に応じた割引がなされるなど、チラシを有効に使えたという実感が残る。なお、そのレシートには、次の来店を促す特売情報などを印刷することもできる。その特売情報は、顧客ごとの購入履歴情報J10に基づいた個別情報とすることは可能である。

【0184】(チラシの形態・図17および図18)チラシは、A4版の両面印刷(縦形)としている。HTML方式としているので、図17に示すように、文字、絵柄、写真などが取り込める。予め決まっている絵柄や文章は、上下部分に事前に印刷しておき、プリントアウトまでの時間を節約する。

【0185】チラシJ51は、縦横二区分に分割した四つの広告領域に、区分数に対応した広告用情報を表示するものであって、広告情報演算手段は、当該区分数に対応した広告用情報を選択する。図17の例では、ローカルイベント情報、クーポン券(実験系)を二種類、情報系広告の四種類を選択した。見やすいように、全く自由なレイアウトを組んで出力する場合と異なり、メモリーやCPUへの負担が小さい。なお、クーポンには、精算用のバーコードを印刷していてもよい。

【0186】図18では、事前印刷部分以外をアンケート部分としている。アンケート部分とは、商品の品揃え、店内レイアウト、店員の態度などの他、チラシそのものの内容等に関するアンケート、例えば、文字の大きさ、広告レイアウトなども含む趣旨である。購入履歴情報に基づく履歴アンケート部分を表示することとしてもよい。顧客が、アンケート部分に答えてくれ、そのアンケートを回収できれば、顧客のメッセージを収集することができる。そのメッセージを売上げ向上、サービス向上に生かすことができる。

【0187】(広告用情報の種類)その他、チラシへ印刷する広告用情報J30の種類について説明する。まず、新商品の紹介、売上げ増大のための情報、例えば特売商品や割引商品の案内、店内イベントの案内などである。レシピを提供したりすることもできるし、前回のショッピング時に広告対象商品を買ってもらった旨のお礼

文を掲載したりすることもできる。ネガティブ情報(例えば前回のショッピング時に購入した商品が事故品であった場合に回収のお願い)などもありえる。

【0188】現在情報の入力手段、現在情報を一旦記憶する記憶手段を備え、広告情報演算手段が、顧客特定情報や現在情報を用いて広告用情報を特定することとしてもよい。ここで「現在情報」とは、顧客の行動に影響を及ぼす可能性のある現在における情報のことをいう。例えば、現在の時刻、気温、湿度など気象に関するデータ、為替レートなどのひとつあるいはそれらの組み合わせである。例えば、時刻が17時頃の場合、特売食料品の購入履歴が多い顧客に対しては特売情報を、酒類の購入履歴が多い顧客に対しては地ビール入荷の情報を、それぞれ広告する、などである。現在情報を、在庫状況および次回仕入れまでの時間とすれば、顧客の品薄感に影響を与えたり、買い控えを抑えたりすることができたり、在庫の整理ができたりする。

【0189】未来情報の入力手段、未来情報を一旦記憶する記憶手段を備え、広告情報演算手段が、顧客特定情報や未来情報を用いて広告用情報を特定することとしてもよい。ここで「未来情報」とは、顧客の行動に影響を及ぼす可能性のある近未来の情報のことをいう。例えば、ローカル天気予報、ローカルイベント情報、店内の一角における時間限定ディスカウントセール、パンの焼き上がり時刻などである。地区の運動会の前日であれば、サンドイッチ用のパン、おにぎり用の海苔などを広告用情報として、顧客の買い忘れの防止に寄与する。明日の天気が雨の予報であれば、車のフロントガラスクリーナーの紹介を広告用情報としたりすることもできる。

【0190】(図19)ハードウェアについては、特に図面を用いずに説明する。すなわち、プロモーション条件を記憶している条件記憶手段と、プロモーション条件に適合した顧客へ出力するための広告用情報を記憶している広告情報記憶手段と、店舗へ入店した顧客の持つIDカードで顧客を特定するためのカードリーダーと、そのIDカードによる顧客特定情報がプロモーション条件に適合しているか否かを判断し、適合している場合には広告用情報を呼び出す広告情報演算手段と、広告用情報(チラシ=フライヤー)を出力する広告出力手段(チラシプリンター)とを備える。また、前記条件記憶手段は、プロモーション条件の入力手段と、顧客の属性情報を記憶している属性情報記憶手段と、個々の顧客の購入履歴に関する購入履歴情報を記憶している購入履歴記憶手段と、入力手段にて入力されたプロモーション条件と、属性情報記憶手段に記憶されている顧客の属性情報および購入履歴記憶手段に記憶されている購入履歴情報とを用いて、プロモーション条件に適合する顧客を抽出する抽出手段とを備える。上記の構成は、コンピュータに行わせる為のプログラムとし、そのプログラムを記録した媒体を製造することは、当然可能である。

【0191】「プロモーション条件」とは、顧客の属性情報（例えば例えば氏名、性別、生年月日、年齢層（年代）、家族構成、所有する自動車の車種など）、入店の時間帯、曜日など、さまざまな条件がありえる。例えば、ある特定商品における購入回数、購入金額、購入頻度または購入者の属性情報のいずれか、あるいはそれらのいずれかの組み合わせをプロモーション条件としたり、ある特定商品における所定期間ごとの購入金額が大きい顧客をプロモーション条件としたり、購入履歴情報における特定商品の購入単位が小さい顧客をプロモーション条件としたりする。

【0192】出力される広告のターゲットとなるグループが選ばれる。プロモーション条件は一種類にかぎられず、複数種類とすることもできる。すなわち、一種類ならばキャンペーンが一種類であり、複数種類ならばキャンペーンが複数種類であることを意味する。キャンペーンには期間があるので、期間入力手段を備え、広告出力手段は、前記期間入力手段によって特定された期間内のみ広告用情報を出力することとする。

【0193】「購入履歴情報」とは、顧客が過去に何を購入したかの記録である。通常、購入した品名、個数、価格、日時などの情報となる。いわゆるPOS情報を、特定の顧客の情報（顧客特定情報）と結び付けておく。

【0194】なお、フライヤー（チラシ）には、アンケート部分を表示することともよい。ここで「アンケート」とは、例えば、「広告への印象」や「広告されなかったら購入しなかったか？」といった質問などである。

【0195】フローチャートに基づき、作用を説明する。

【0196】まず、入力手段によってプロモーション条件を入力する。続いて、抽出手段が顧客の属性情報を記憶している属性情報記憶手段と、個々の顧客の購入履歴に関する購入履歴情報を記憶している購入履歴記憶手段と、入力手段にて入力されたプロモーション条件と、属性情報記憶手段に記憶されている顧客の属性情報および購入履歴記憶手段に記憶されている購入履歴情報とを用いて、プロモーション条件に適合する顧客を抽出する。そして、広告情報記憶手段は、プロモーション条件に適合した顧客へ出力するための広告用情報を記憶しておく。

【0197】次に、カードリーダーが、店舗へ入店した顧客のIDカードを読み込んで顧客特定情報を入力する。そして、広告情報演算手段が、その顧客特定情報がプロモーション条件に適合しているか否かを判断し、適合している場合には広告用情報を呼び出す。そして、チラシプリンターが広告用情報を印刷したチラシを出力する。

【0198】このようにすることによって、多数の顧客に関するデータに基づき、プロモーション条件に適合する顧客にのみ広告することができる。その顧客の買い物

精算が終了したら、POS情報を用いて、顧客が購入する商品が広告用情報に含まれている広告対象商品であるか否かを判断することができる。

【0199】（分析の基本パターン）

「例題」今まで、当店で洗車などガソリン以外の商品を購入したことはあるが、オイル交換を当店でしたことがないお客様に、5000円の高級オイルをプロモーションした。そのような条件に当てはまるお客様は、当店のカード所有者の中で5000人見つかった。

【0200】「実験顧客と制御顧客」5000人を、2500人ずつに分け、一方にはフライヤーを渡し（実験顧客）、一方には渡さない（制御顧客）とする。この時の広告のメッセージは、「オイル交換がエンジンに与える好影響と、ガソリンスタンドでオイル交換するほうがカーショップで待たされないという利便性」とを訴求

「結果」所定のキャンペーン期間中に、実験顧客は250人がオイル交換したとすれば10%の反応であり、制御顧客は100人がオイル交換したとすれば4%の反応である。したがって、反応差は6%である。

【検証】6%の反応差は、広告の影響なのか、単なる偶然なのかを統計的に検証する。広告の影響である、と判断できた場合には、売り上げの推計、売り上げ貢献額などを計算する。

【0201】「ランキング」このプロモーションが、他のプロモーションよりも優れていたか、劣っていたかを検証し、ランキングする。ランキングの結果、上位15位に残らなければ、プロモーションの企画を新しく変更する。15位に残れば、全国展開する。

【0202】（上記例題の効果）単純に、2500人へフライヤーを渡すのではなく、広告の効果が見込めそうな顧客をサンプリングし、その顧客（実験顧客）へ渡ししている。このため、費用対効果が見込める広告戦略となる。

【0203】また、広告の効果が見込めそうな顧客であるにもかかわらずフライヤーを渡さない顧客（制御顧客）も設定している。このため、広告そのものの効果を比較検証できる。

【0204】更に、広告そのものの効果を検証できるので、全国展開に先駆けた試験として捉えれば、いきなり全国展開するよりも失敗の危険率を低めることができると予想できる。

【0205】（図20）ハードウェアについては、特に図面を用いずに説明するが、ターゲティング条件を記憶するターゲティング条件記憶手段と、店舗へ入店した顧客の持つIDカードで顧客を特定するためのカードリーダーと、その顧客がターゲティング条件に適合しているか否かを判断するとともに、ターゲティング条件に適合する対象顧客を、広告を渡すべき実験顧客と広告を渡さない制御顧客とに分ける制御条件演算手段と、実験顧客に対して広告用情報としてのフライヤーを出力するチラシ

プリンターとを備えるプロモーション効果判定装置である。そして、当該実験顧客が購入する商品が広告用情報に含まれている広告対象商品であるか否かを判断するための第一演算手段と、制御顧客が購入する商品が前記広告用情報に含まれている広告対象商品であるか否かを判断するための第二演算手段と、第一演算手段および第二演算手段の演算結果を比較する比較手段とを備えている。上記の構成は、コンピュータに行わせる為のプログラムとし、そのプログラムを記録した媒体を製造することは、当然可能である。

【0206】「ターゲティング条件」とは、プロモーション条件の一種であり、顧客の属性情報（例えば氏名、性別、生年月日、年齢層（年代）、家族構成、所有する自動車の車種など）、入店の時間帯、曜日など、さまざまな条件がありえる。顧客が過去に何を購入したかの記録（購入履歴情報）も条件となり得る。

【0207】ターゲティング条件を、ある特定商品に関するものとするれば、顧客の属性情報、購入履歴情報などが大量に存在しても、データを絞りやすく、ハードウェアの負担を軽減することができる。また、広告用情報の目的を絞りやすい。例えば、「ある特定商品における所定期間ごとの購入金額が大きい顧客」をターゲティング条件とする。そのような顧客は、当該特定商品を、ほぼ定量ずつ定期的に購入する必要性のあるライフスタイルを採っているにもかかわらず、本発明に係る店舗においてのみ当該特定商品を購入しているのではない、と推測される顧客である。例えば、2ヶ月前までは、毎月のガソリン購入金額が一万円前後であったのに、先月の購入金額が三千円である顧客がいたとする。その顧客は、先月は他のガソリンスタンドで給油した可能性が高いと推測できる。このような顧客を、広告によって呼び戻しを図れば、売り上げアップに貢献しやすいと考えられる。そのような顧客の場合、顧客の属性情報、購入履歴情報などが大量に存在しても、データを絞りやすく、ハードウェアの負担を軽減することができる。また、広告用情報の目的を絞りやすい。例えば、プロモーション条件を、「購入履歴情報における来店曜日」に絞った場合、顧客の属性情報、購入履歴情報などが大量に存在しても、データを絞りやすく、ハードウェアの負担を軽減することができる。また、広告用情報の目的を絞りやすい。例えば、本発明に係る店舗が水曜日の来店客数が少ないとした場合、火曜日に来店した顧客に、水曜日限定の特売情報を広告して水曜日の来店を促す、といったことができる。

【0208】例えば、プロモーション条件を、「購入履歴情報における来店時刻」に絞れば、顧客の属性情報、購入履歴情報などが大量に存在しても、データを絞りやすく、ハードウェアの負担を軽減することができる。また、広告用情報の目的を絞りやすい。例えば、本発明に係る店舗が午前中の来店客数が少ないとした場合、午後

に来店した顧客に、午前中限定の特売情報を広告して午前中の来店を促す、といったことができる。

【0209】「特定商品の購入単位が小さい顧客」をターゲティング条件とする。そのような顧客は、例えば特定商品がガソリンの場合に、「千円分」といった定額指定で購入する顧客、「10リットル」といった定量指定で購入する顧客である。このような顧客に対して、広告によって「満タン指定」を促せば、売り上げアップに貢献しやすいと考えられる。そのような顧客に絞った場合には、顧客の属性情報、購入履歴情報などが大量に存在しても、データを絞りやすく、ハードウェアの負担を軽減することができる。また、広告用情報の目的を絞りやすい。

【0210】ターゲティング条件は一種類にかぎられず、複数種類とすることもできる。すなわち、一種類ならばキャンペーンが一種類であり、複数種類ならばキャンペーンが複数種類であることを意味する。

【0211】入店した客は、IDカードを既に持っている顧客とそうでない客とに分けられる。IDカードをまだ持っていない客は、新規にIDカードを発行するなどして次の来店時からは「IDカードを既に持っている客」となってもらいが、ひとまずターゲティング条件云々の問題では、対象外とする。

【0212】IDカードを既に持っている客の中で、ターゲティング条件に合う者は、ターゲット対象者となる。更に、ターゲット対象者は、実験顧客と制御顧客とに分けられる。実験顧客は、プロモーションを受ける（フライヤーを受け取る）客であり、制御顧客は、ターゲティング条件に合っているにもかかわらずプロモーションを受けない客である。

【0213】ターゲティング条件に合わないターゲット非対象者は、ターゲティング条件に合っていないにもかかわらずプロモーションを受ける刺激顧客と、プロモーションを受けない非刺激顧客とに分けられる。

【0214】(図21)図21は、実験顧客と制御顧客とを比較して、ターゲティング条件の検証を行う場合のフローチャートである。

【0215】まず、ターゲティング条件を決定し、ターゲティング条件記憶手段に記憶させる。そして、本店支店が存在する場合には、支店において、入店したリピート客のIDカードを読み込む。そのIDカードによる顧客特定情報がターゲティング条件に適合しているか否かを判断する。適合していなければ、その顧客に対しては何も行わない。

【0216】ターゲティング条件に適合している場合には、更に、制御条件演算手段によって広告を渡すべき客か否かを判断する。広告を渡すべき客であれば、その客は実験顧客であり、広告出力手段たるフライヤープリンターによってフライヤーが印刷され、その客がフライヤーを手にとることとなる。一方、フライヤーを渡すべき

10

20

30

40

50

客でない場合には、その客は制御顧客であり、フライヤーは手にしない。

【0217】そうして、多数の実験顧客、制御顧客が買い物を終えてレジで精算したとする。すると、第一演算手段が、実験顧客が購入する商品が広告用情報に含まれている広告対象商品であるか否かを判断し、第二演算手段が、制御顧客が購入する商品が前記広告用情報に含まれている広告対象商品であるか否かを判断する。そして、比較手段が、第一演算手段および第二演算手段の演算結果を比較する。

【0218】比較の結果、実験顧客のほうが制御顧客よりも広告対象商品を購入している確率が高ければ、広告用情報の質が高かったと推測できる。実験顧客と制御顧客とが差のない確率で広告対象商品を購入しているとすれば、広告用情報の質が低かったと推測できる。

【0219】(図22)図22は、実験顧客と刺激顧客とを比較して、ターゲティング条件の検証を行う場合のフローチャートである。

【0220】まず、ターゲティング条件を決定し、ターゲティング条件記憶手段に記憶させる。そして、本店支店が存在する場合には、支店において、入店したリピート客のIDカードを読み込む。そのIDカードによる顧客特定情報がターゲティング条件に適合しているか否かを判断する。適合していない顧客は、更に刺激を与える客(刺激顧客)とそうでない客(非刺激顧客)とに分け、刺激顧客にはフライヤープリンターによってフライヤーを渡し、非刺激顧客にはフライヤーを渡さないものとする。

【0221】ターゲティング条件に適合している場合には、更に、制御条件演算手段によってフライヤーを渡すべき客か否かを判断する。フライヤーを渡すべき客(実験顧客)には、広告出力手段たるフライヤープリンターによってフライヤーが印刷され、その客が広告を手にすることとなる。一方、フライヤーを渡すべき客でない場合には、その客は制御顧客であり、フライヤーは手にしない。

【0222】そうして、多数の実験顧客、刺激顧客が買い物を終えてレジで精算したとする。すると、第一演算手段が、実験顧客が購入する商品が広告用情報に含まれている広告対象商品であるか否かを判断し、第三演算手段が、刺激顧客が購入する商品が前記広告用情報に含まれている広告対象商品であるか否かを判断する。そして、比較手段が、第一演算手段および第三演算手段の演算結果を比較する。

【0223】比較の結果、実験顧客のほうが刺激顧客よりも広告対象商品を購入している確率が高ければ、ターゲティング条件の質が高かったと推測できる。実験顧客と刺激顧客とが差のない確率で広告対象商品を購入しているとすれば、ターゲティング条件の質が低かったと推測できる。

【0224】(図23)図23に基づいて、刺激レベルに関する反応の進捗状況を説明する。ここに示すのは架空の例であり、実際の例ではない。

【0225】図23の上部にあるのが、プロモーションの種類に関する簡単な説明である。プロモーションIDとは、複数あるプロモーションの種類を表わす。実験メイトは、何に関する広告あるいは販売促進なのかを表わす。対象条件とは、顧客のプロモーションの対象となる顧客の選別基準を表わす。刺激レベルとは、刺激レベルの違いのポイントを表わす。ここでは、「洗車に関する情報」と「お試しクーポン」との二種類を組み合わせ、刺激レベルを0, 1, 2, 3の四段階とした。反応監視条件とは、どの反応をチェックするかを表わす。次に、顧客として登録されている中で、プロモーションの対象となる顧客の数を割り付ける。対象者を1200から2000人、非対象者を1200人とした。

【0226】次に、割り付けた顧客が来店した数を分母に、反応があった顧客(洗車をしてくれた客)の数を分子にして、「反応率」をみる。

【0227】発信に対する反応の進捗状況を判断する。刺激レベルが高いほうが反応率が高い、ということがわかる。なお、非対象者でも、反応率は低くない。これは、洗車の経験がある者が非対象者となっているからであろう。

【0228】(バリエーション)フライヤー(チラシ)には、アンケート部分を表示することとてもよい。ここで「アンケート」とは、例えば、「広告への印象」や「広告されなかったら購入しなかったか?」といった質問などである。顧客が、広告用情報に表示されたアンケート部分に答えてくれ、そのアンケートを回収できれば、顧客のメッセージを収集することができる。そのメッセージを売上げ向上、サービス向上のほか、広告の質の向上に生かすことができる。

【0229】広告を受け取った顧客のその後の行動を分析するための行動データを入力する顧客行動入力手段と、その行動データを分析するための分析用データを蓄積する分析用データベースと、行動データおよび分析用データを用いて演算して広告の効果を演算するデータ分析手段とをとてもよい。ここで、「行動データ」とは、例えば、受け取った広告を読んでいる時間データ、広告を受け取った後にどの売り場へ出向いたか、といった映像データなどがありえる。顧客行動入力手段が広告を受け取った顧客のその後の行動を分析するための行動データを分析すれば、広告用情報の評価を、異なった視点から行える。例えば、行動データを、滞在時間データとすれば、滞在時間と広告との関係が分析できる。

【0230】比較手段による比較結果を判定し、判定結果の是非を出力する結果出力手段を備え、その結果出力手段による非の判定出力を受けた場合に、広告用情報の出力を停止することもできる。その場合、効果の薄い広

告は減らされ、無駄な経費の出費を押さえることができる。

【0 2 3 1】また、判定出力手段による非の判定出力を受けた場合に、広告用情報およびその広告用情報に関連するデータを用いて失敗広告データベースを自動生成する、あるいは、その判定出力手段による是の判定出力を受けた場合に、広告用情報およびその広告用情報に関連するデータを用いて成功広告データベースを自動生成するとしてもよい。後に参考となるので便利である。

【0 2 3 2】

【発明の効果】請求項 1 乃至請求項 3 5 記載の発明によれば、個々の顧客に適した広告を行うための個別広告装置を提供することができた。

【0 2 3 3】また、請求項 3 6 記載の発明によれば、個々の顧客に適した広告を行うための個別広告方法を提供することができた。

【0 2 3 4】また、請求項 3 7 記載の発明によれば、個々の顧客に適した広告を行うための個別広告プログラムをコンピュータに実行させるためのプログラム記録媒体を提供することができた。

【図面の簡単な説明】

【図 1】本願発明の第一の実施の形態を示すための概念図である。

【図 2】本願発明の第一の実施の形態を示すためのフローチャートである。

【図 3】本願発明の第二の実施の形態を示すための概念図である。

【図 4】本願発明の第二の実施の形態に表した概念のひとつを示すためのフローチャートである。

【図 5】本願発明の第二の実施の形態に表した概念の他のひとつを示すためのフローチャートである。

【図 6】本願発明の第三の実施の形態を示すための概念図である。

【図 7】本願発明の第四の実施の形態を示すための概念図である。

【図 8】本願発明の第四の実施の形態を示すためのフローチャートである。

【図 9】本願発明の第五の実施の形態を示すための概念図である。

【図 1 0】本願発明の第五の実施の形態を示すためのフローチャートである。

【図 1 1】本願発明の第六の実施の形態を示すための概念図である。

【図 1 2】プリントされるチラシの一例を示す概念図である。

【図 1 3】本願発明を採用した店舗のレイアウトの一例を示す概念図である。

【図 1 4】三つの支店を持つ店舗における購入履歴情報の流れおよび加工の状態の一例を示すための概念図である。

【図 1 5】三つの支店を持つ店舗における購入履歴情報の流れおよび加工の状態の他の一例を示すための概念図である。

【図 1 6】店舗がガソリンスタンドである場合の概念図である。

【図 1 7】プリントされるチラシの例を示す図である。

【図 1 8】プリントされるチラシであって、アンケート用紙となっている例を示す図である。

【図 1 9】プロモーション条件に適合する客に対してチラシをプリントする場合のフローチャートである。

【図 2 0】店舗へ入店した客の種別を表わしたツリー構造図である。

【図 2 1】実験客と制御客とを比較する場合のフローチャートである。

【図 2 2】実験客と刺激客とを比較する場合のフローチャートである。

【図 2 3】刺激レベルの差を発進した場合の分析概念図である。

【符号の説明】

20	J 1 0	購入履歴情報	
	J 1 1, J 1 2, J 1 3	個々の顧客の購入履歴情報	
	J 2 0	顧客特定情報 (IDカード)	J 2 1
		個々の顧客の特定情報	
	J 3 0	広告用情報	J 3 1
		流行ウオッチャー客	
	J 3 2	価格センシティブ客	
	J 5 0	特定広告情報	J 5 1
		チラシ	
	J 5 2	ディスプレイ表示	J 5 3
30		お持ち帰り用チラシ	
	J 6	対象商品情報 (バーコード)	J 7
		入店時間情報	
	J 8	退店時間情報	J 9
		滞在時間情報	
	F 1	購入履歴記憶手段	F 2
		顧客特定情報入力手段	
	F 3	広告情報記憶手段	F 4
		広告情報演算手段	
	F 5	広告情報出力手段	F 5 1
40		チラシプリンタ	
	F 5 2	情報書き込み装置	F 5 3
		情報読みとり装置	
	F 5 4	店内ディスプレイ	F 5 5
		店内電波発信装置	
	F 5 6	店内電波受信装置	
	F 6	購入情報入力演算手段 (POS機能付きレジスタ)	
	F 7	滞在時間入力手段	F 8
		滞在時間演算手段	
50	F 9 0	未来情報出力手段	F 9 1

チラシプリンタ

G 1 広告対象商品

A 1 店内

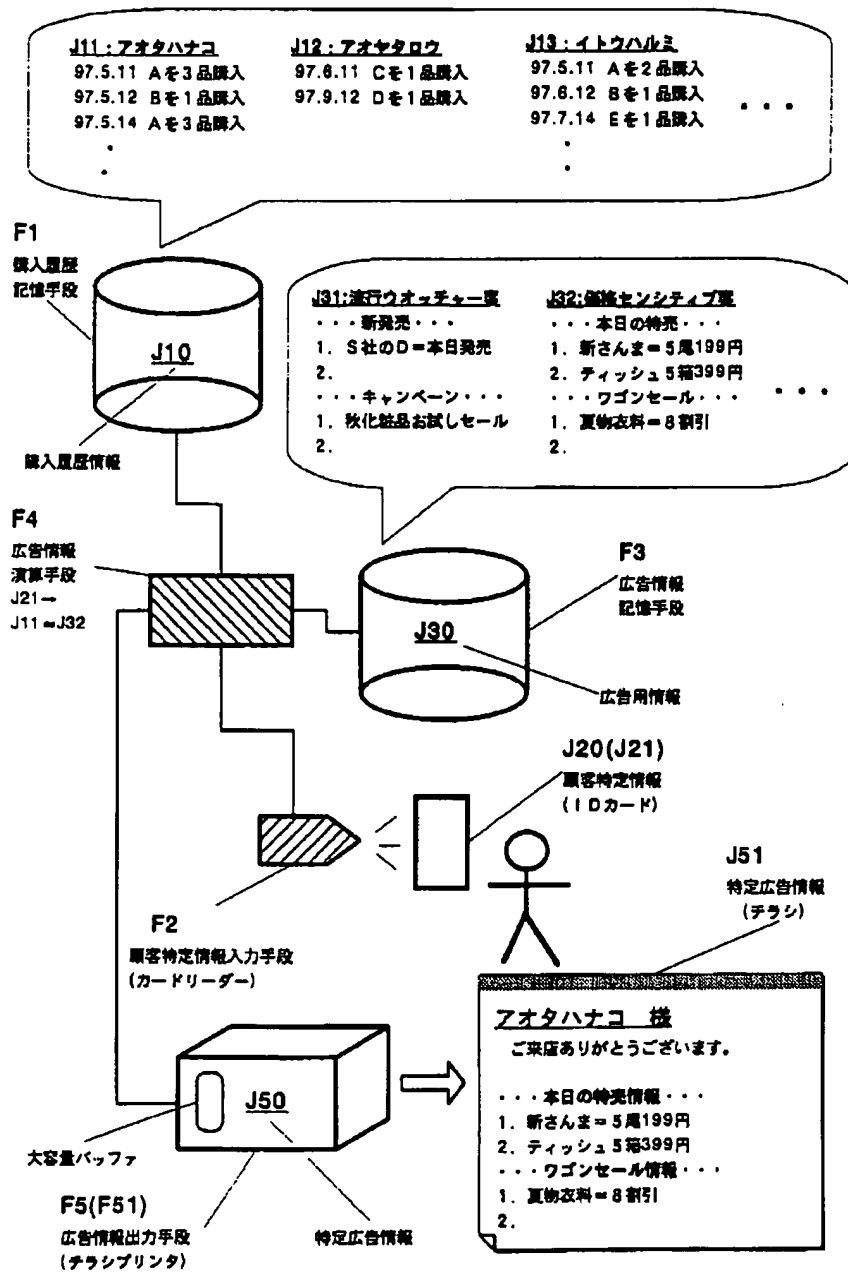
* 駐車場

A 3 閲覧空間

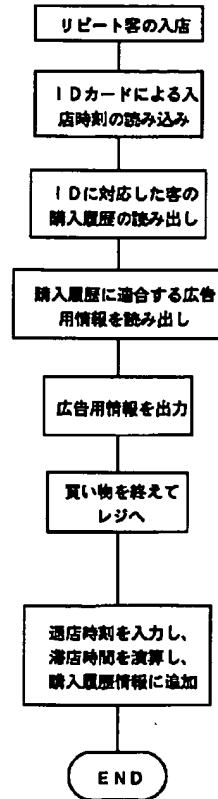
A 4

A 2 * 売場空間

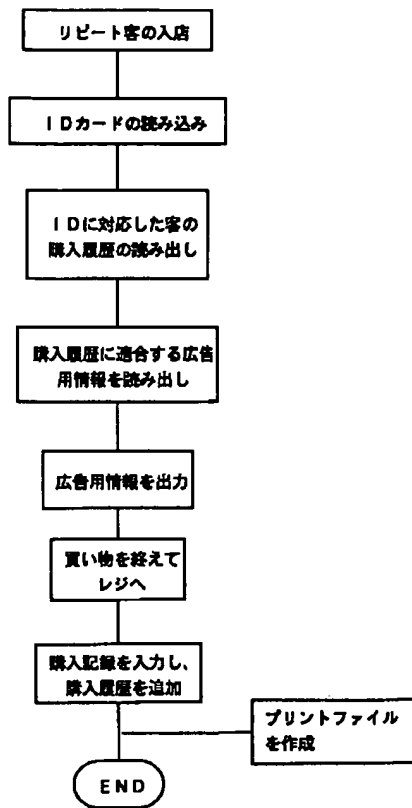
【図1】



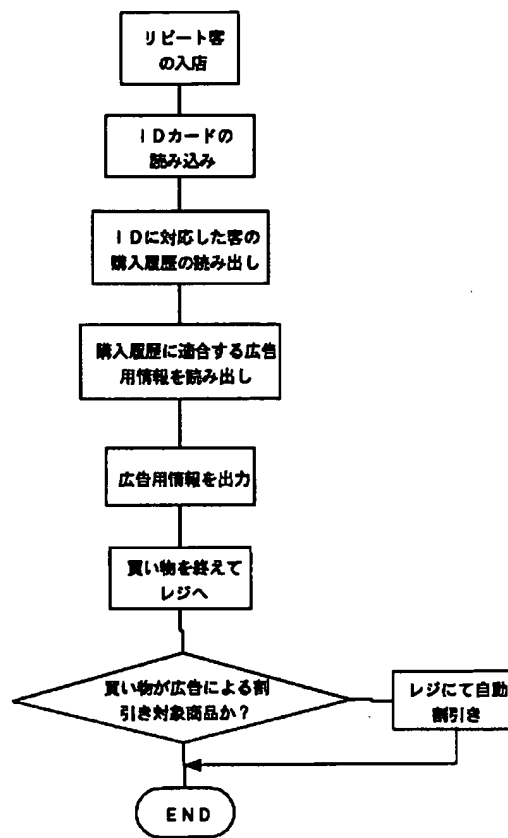
【図5】



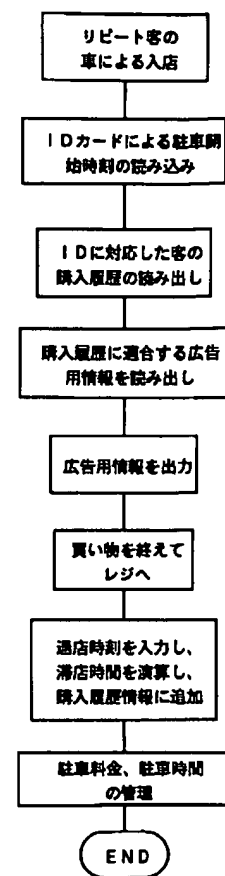
【図2】



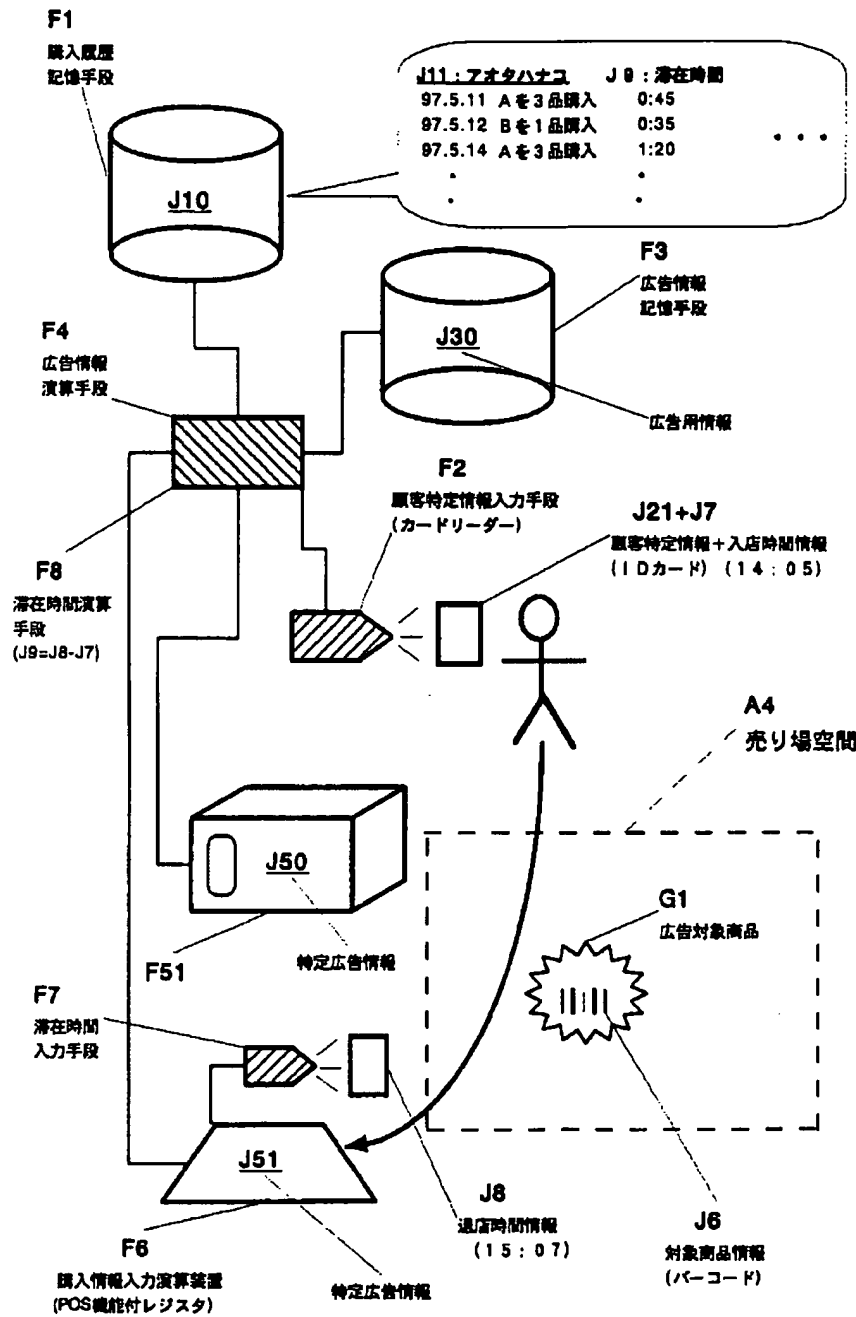
【図4】



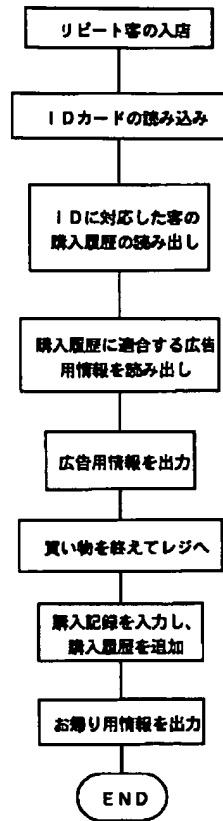
【図8】



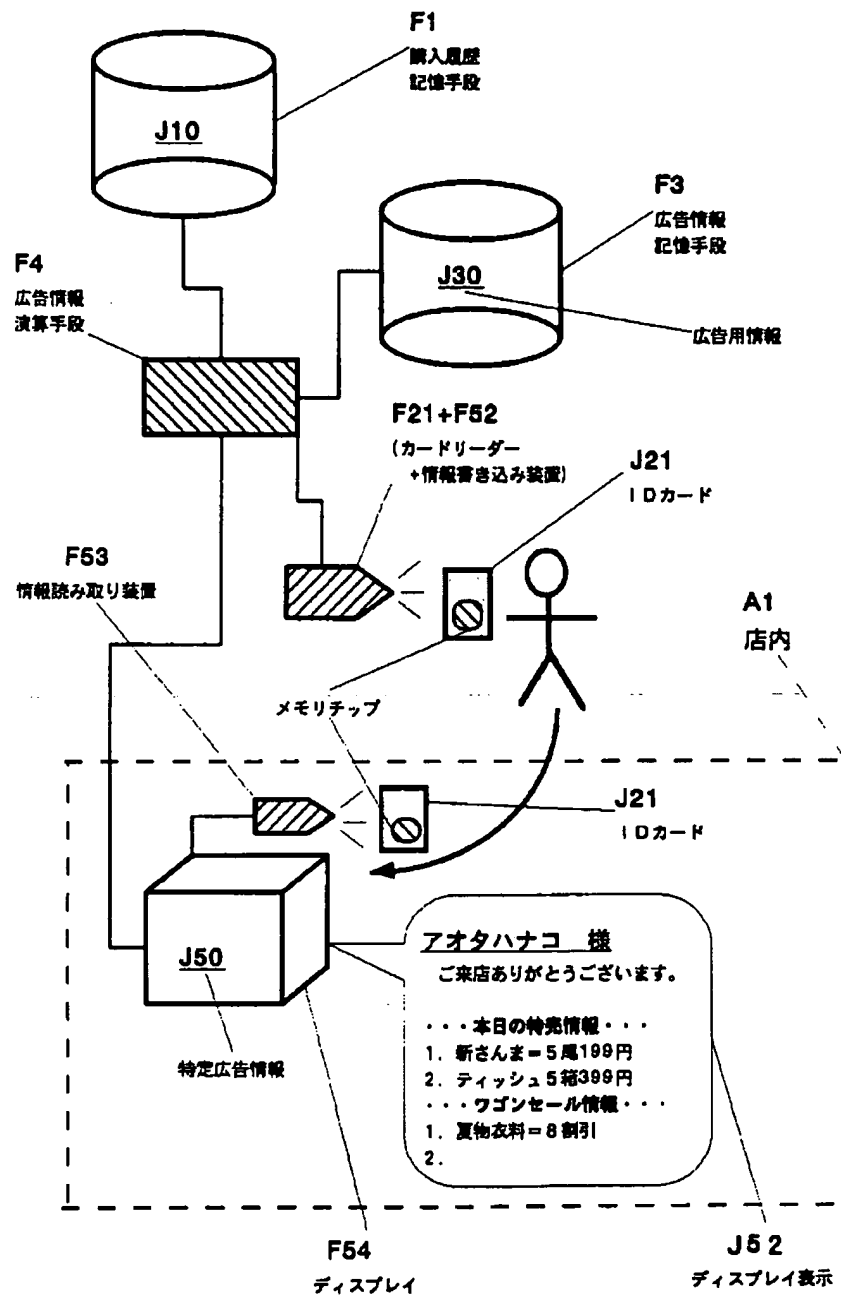
【図3】



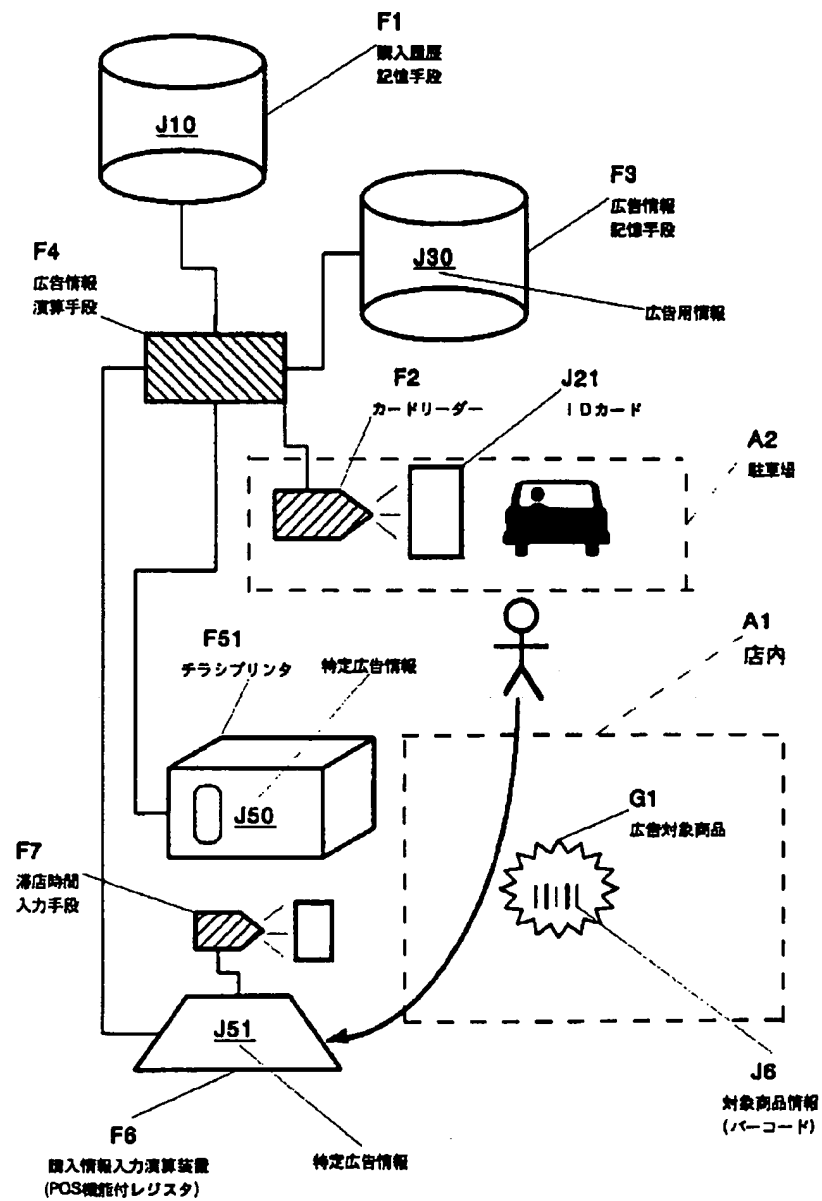
【図10】



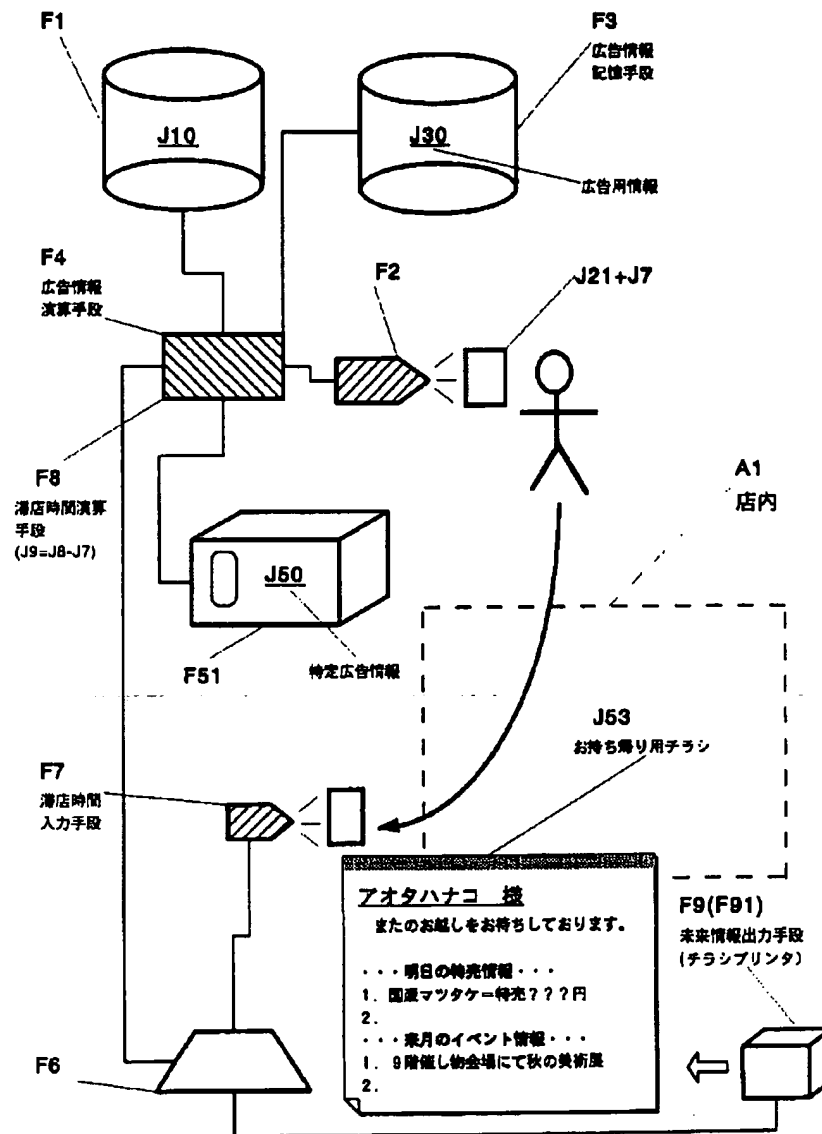
【図6】



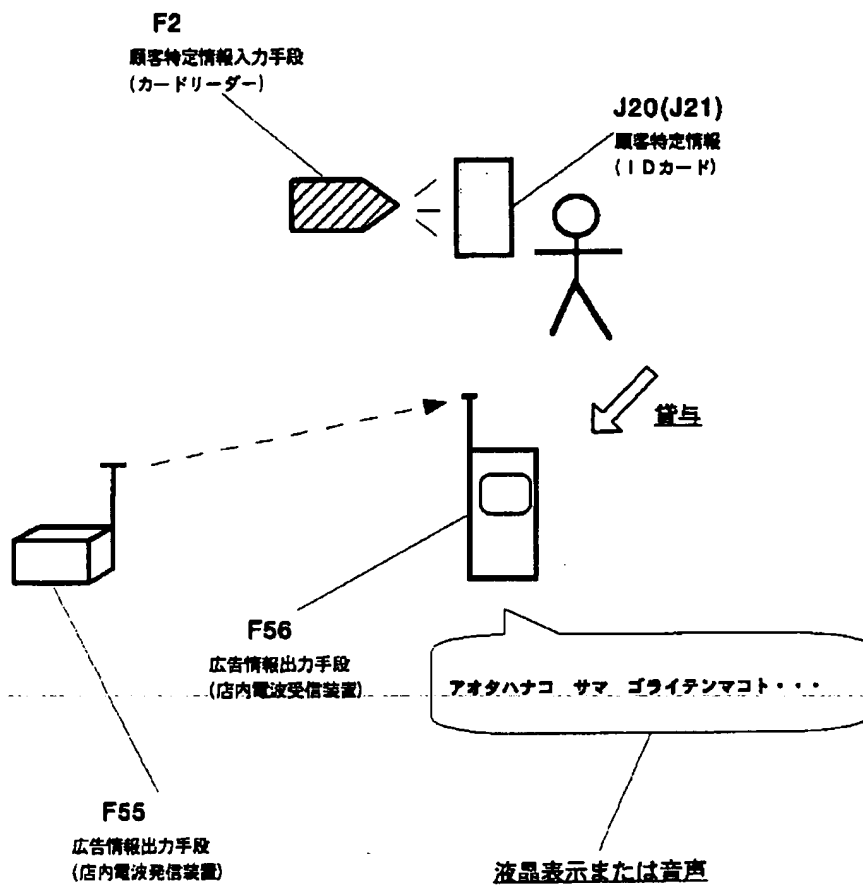
【図7】



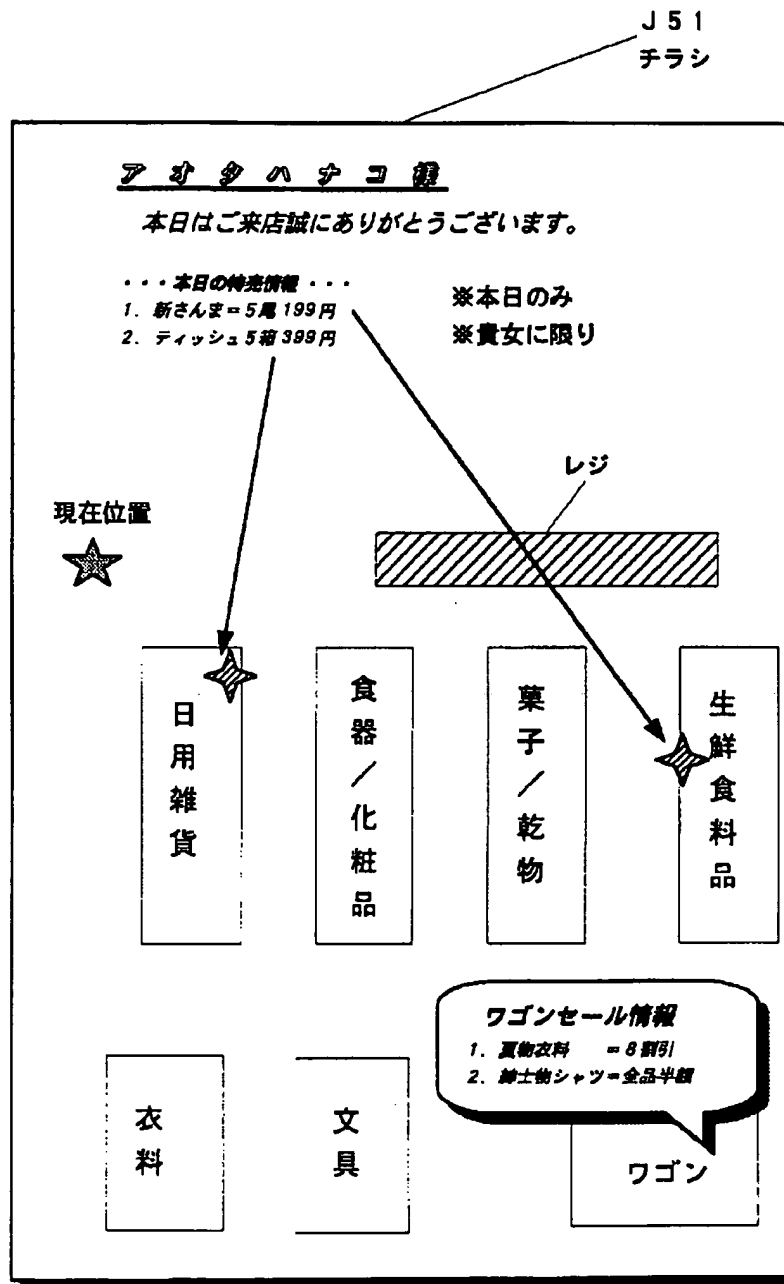
【図9】



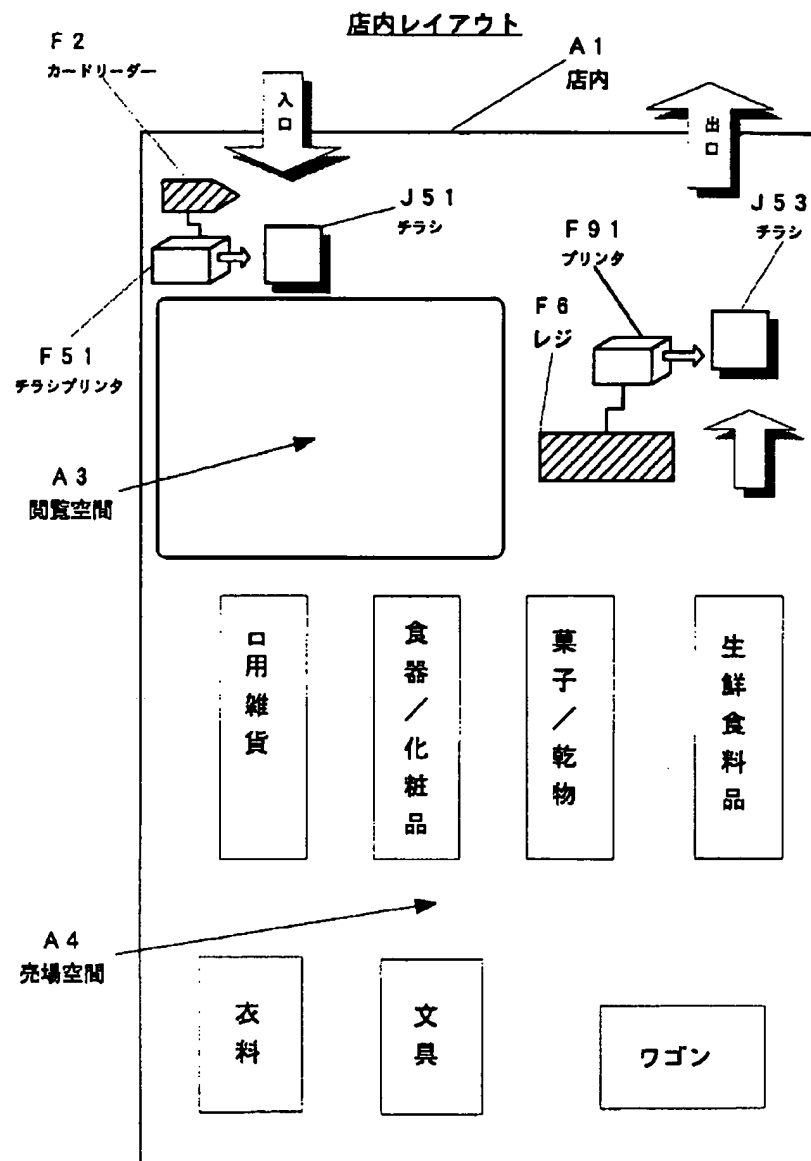
【図11】



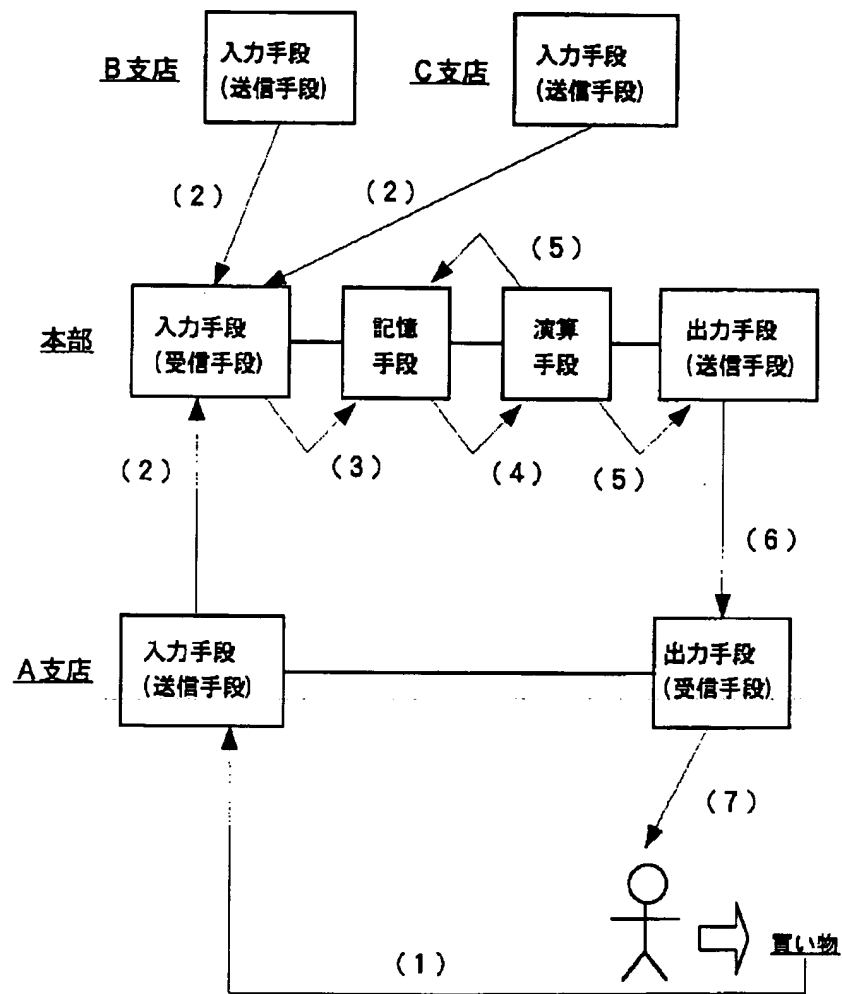
【図12】



【図13】

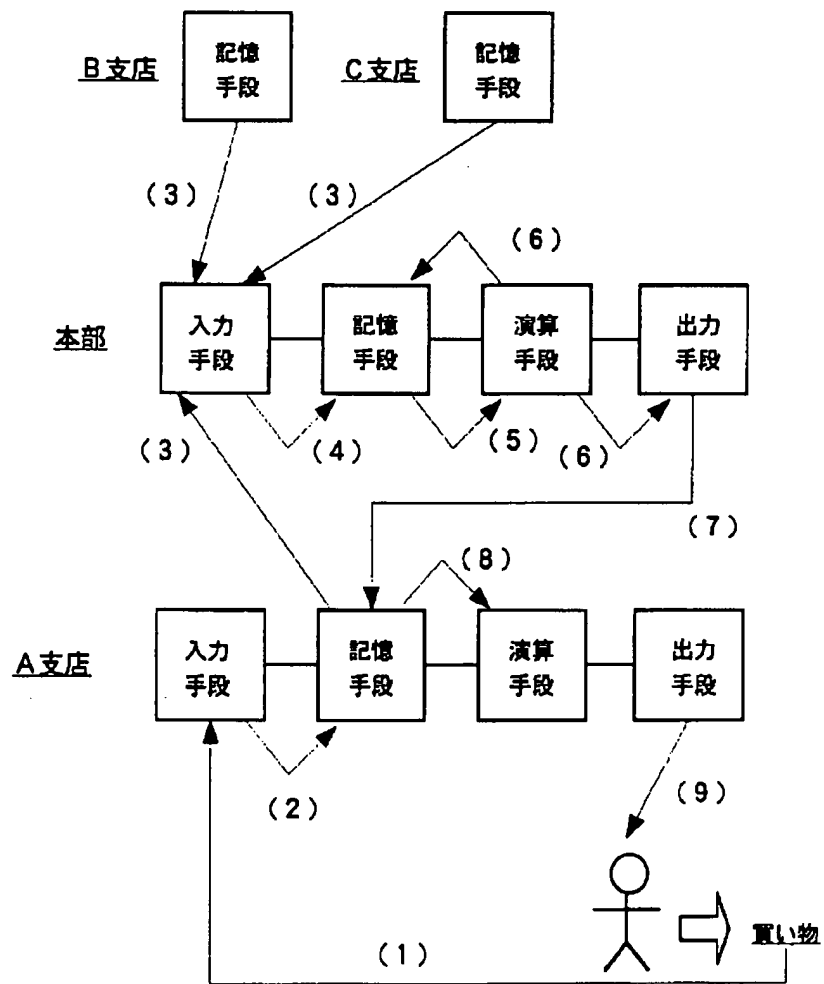


【図14】



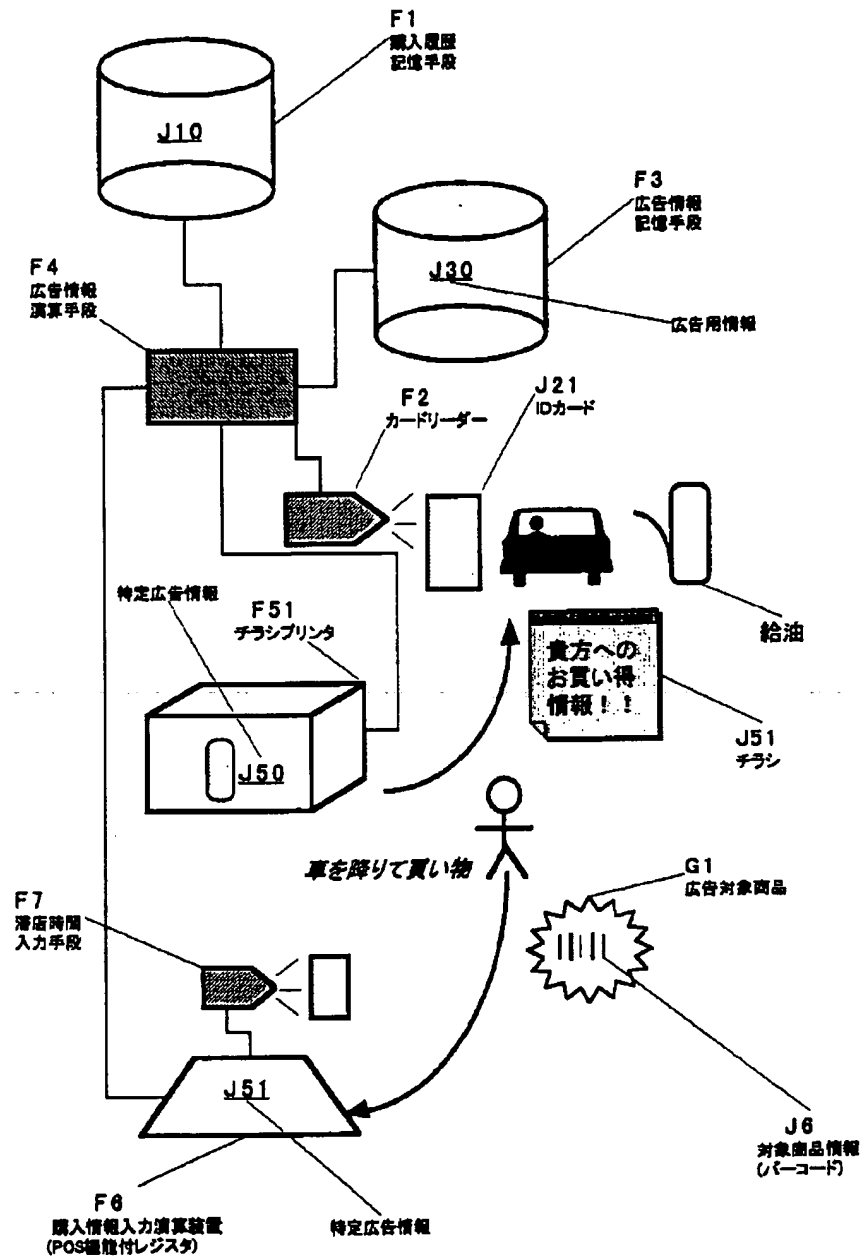
購入履歴情報の流れおよび加工

【図15】



購入履歴情報の流れおよび加工

F1
購入履歴
記憶手段



【図17】

事前印刷部分

J51
チラシ

実験系の広告
(実験対象外の場合
には情報系)

パーソナル・メッセージ

カードを
必ずご持参
ください

ワンワン

鈴木太郎 様への本日(8月7日)パーソナル・メッセージ

湘南地区のイベント情報

月 日
〇〇の花火大会

月 日
〇×の花火大会

24時間ドライブスルー洗車

鈴木太郎 様に是非お試
いただきたく、無料券をおつ
けいたしました。

★ワックス洗車無料券
(500円相当)

ハイオクガソリンの効果
この機会に是非お試しください。

鈴木太郎様は、ハイオクガソリンを
買い上げただいたことがありますか？
ハイオクガソリンには、………な効果
があります。

★ハイオク3円/ℓ
割引券
(11月まで有効)

ワンワンのお車相談室
オイルエレメントの調子はどう？

オイルエレメントはこんな役割が
あります。
……………
……………

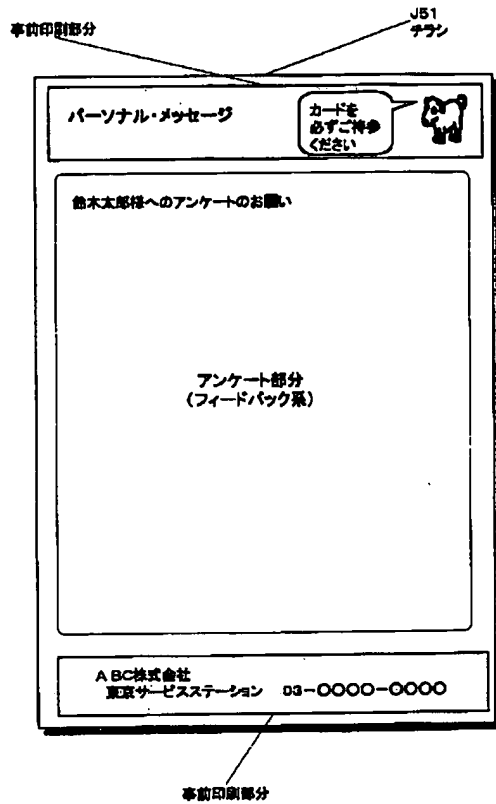
ワンワン

A.B.C株式会社
東京サービスステーション 03-0000-0000

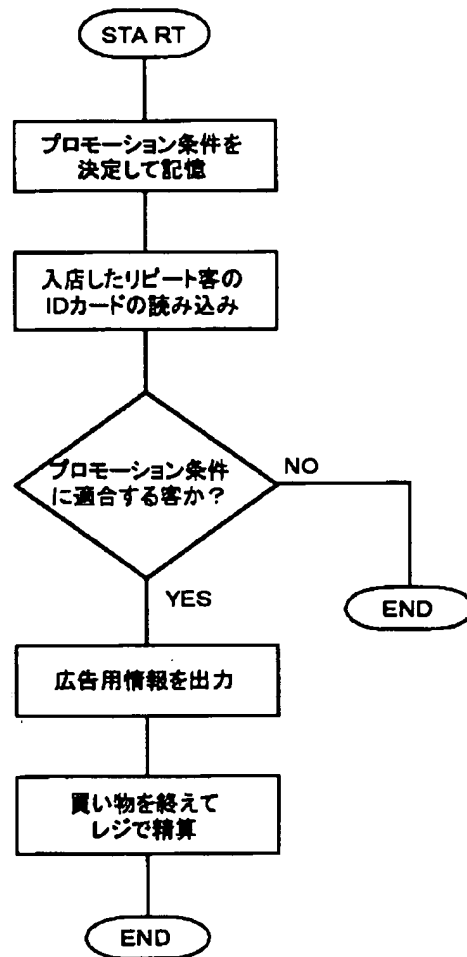
事前印刷部分

必ず情報系の広告

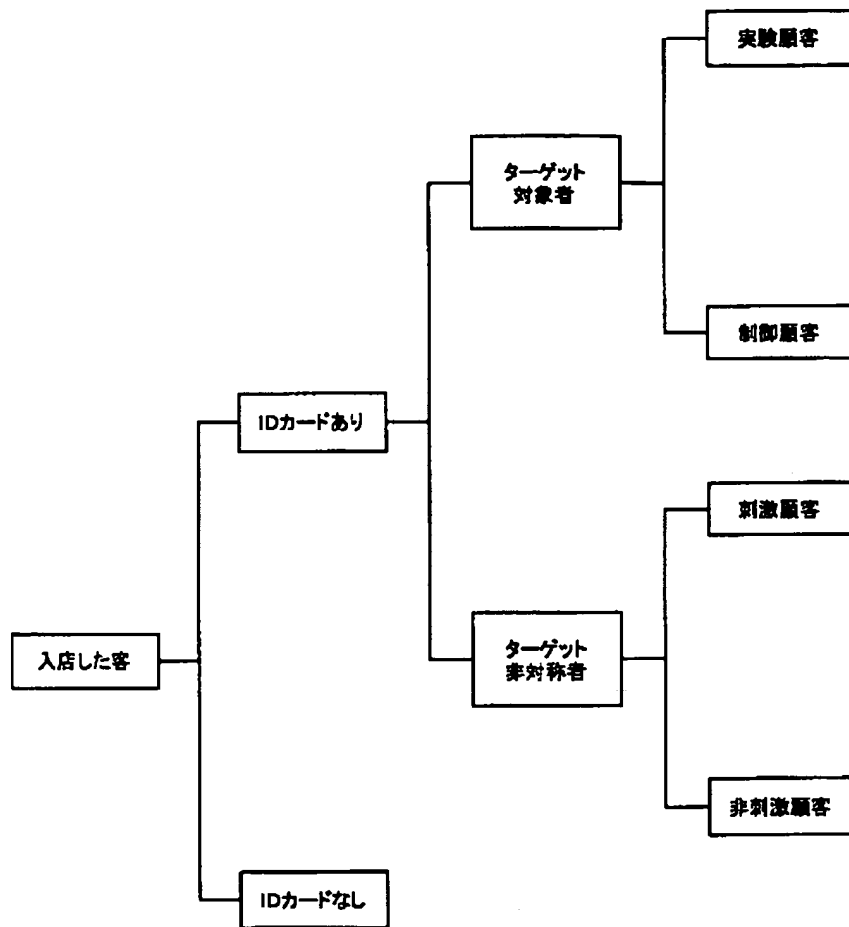
【図18】



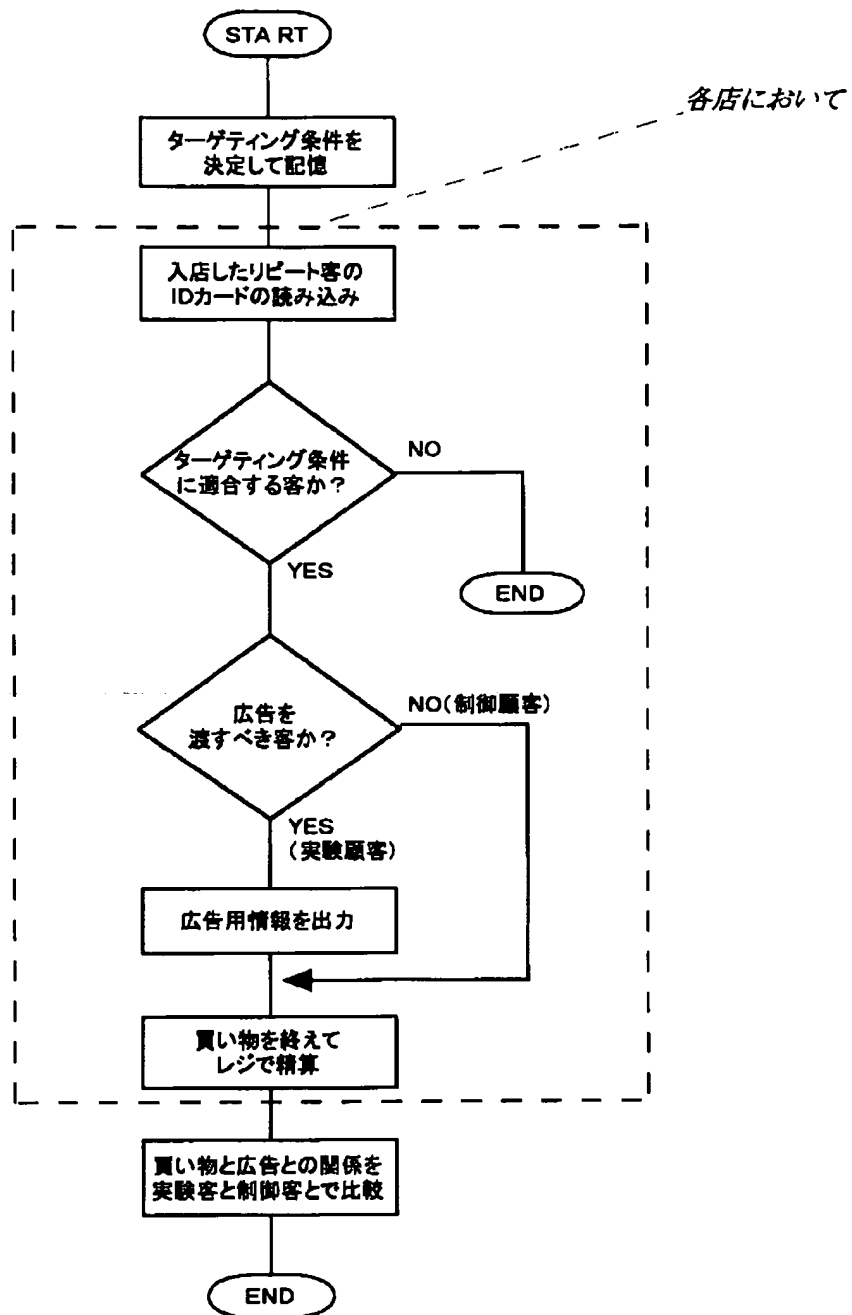
【図19】



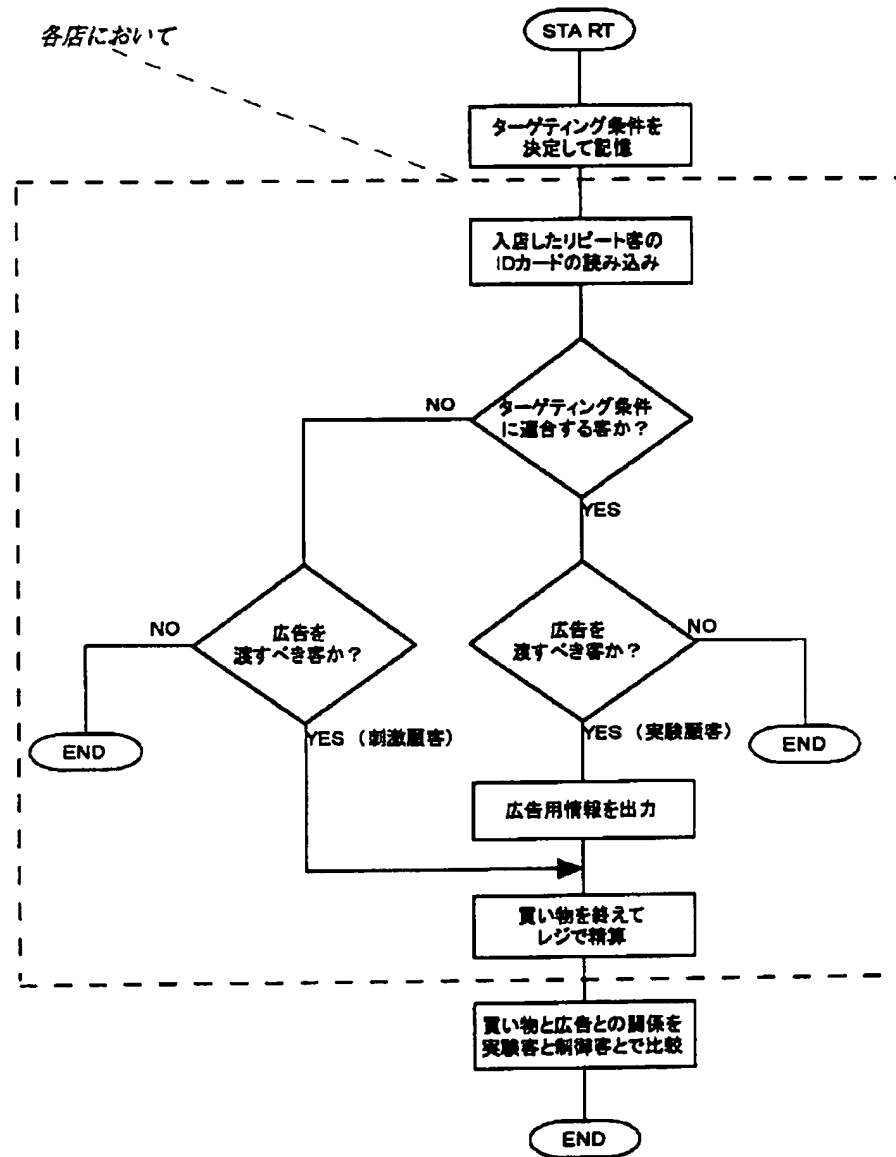
【図20】



【図21】



【図22】



【図23】

プロモーションID	E010
実験名	セルフ洗車の販売促進
対象条件	洗車購買履歴なし
刺激レベル	2 機械洗車についての正しい情報 お試しクーポン
反応監視条件	プライヤ発進後、セルフ給油やった (2回以上やった)

サンプル割付状況

	A	B	C
1		情報無	情報有
2	クーポン無	1200	2000
3	クーポン有	2000	2000

非対象者 1000

反応率

	A	B	C
1		情報無	情報有
2	クーポン無	24/1200	20/800
3	クーポン有	560/1400	720/1800

非対象者 180/600
30%

発信反応進捗状況

刺激レベル

レベル0	レベル2
レベル1	レベル3

	A	B	C	D
1		サンプル	発信済	反応有
2	刺激レベル0	1200	/	24
3	刺激レベル1	2000	1400	560
4	刺激レベル2	2000	800	20
5	刺激レベル3	2000	1800	720
6	非対象者	1000	600	180

フロントページの続き

(51)Int.Cl.⁶

// B 6 7 D 5/24

識別記号

F I

G 0 6 F 15/21

Z